

**Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad del Área de Mercadeo
Comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia S.A.S**

Genny Melissa García González

Id. 307660

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ingeniería

Bucaramanga

2021

**Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad del Área de Mercadeo ⁱⁱ
Comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia S.A.S**

Genny Melissa García González

Id. 307660

Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de:

INGENIERA INDUSTRIAL

Director del Proyecto

Luz Smith Acevedo Castrillón

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ingeniería

Bucaramanga

2021

Agradecimientos

iv

Principalmente a Dios, quien con su Santo Espíritu me iluminó y me dio sabiduría para el conocimiento y aprendizaje de esta gran carrera universitaria y práctica empresarial. Me fortaleció ante las dificultades y puso en mi camino personas y oportunidades para darle a mi esfuerzo su éxito.

A mis padres Amparo González y Ángel García son lo más importante en mi vida, por su entrega y sacrificio incondicional, por darme ánimo y valor para superar los obstáculos y alegrarse con mis logros como si fueran suyos.

A mi consentida mi abuelita Delia Martínez por su oración, sabios consejos y modelo de vida. Aunque ya partió al cielo sigue acompañándome y guiándome en cada uno de mis pasos.

A mi novio Andrés Beltrán por su apoyo y su ejemplo de disciplina y perseverancia que me motivan a dar lo mejor de mí en cada momento de mi vida.

A la Universidad Pontificia Bolivariana, la cual se convirtió en mi segundo hogar. A los directivos, profesores y compañeros quienes me entregaron sus conocimientos y al lado de ellos crecí y me formé no solo profesionalmente sino también en valores y disciplina. Agradezco especialmente a la profesora Luz Smith Acevedo por su guía y acompañamiento durante mis prácticas profesionales.

A la Fundación Cardiovascular de Colombia por permitirme hacer parte de ella como practicante del área de Mercadeo Comercial. Mi agradecimiento a todos y cada uno de los colaboradores que hicieron posible el feliz término de mis prácticas empresariales. Especialmente a la Directora de Mercadeo Mónica Quintero por su orientación y buena voluntad al instruirme en cada una de mis obligaciones.

Tabla de Contenidos

v

Introducción.....	3
Capítulo 1	6
Generalidades de la Empresa.....	6
1.1 Caracterización de la Empresa	6
1.2 Logo de la Empresa	6
1.3 Información de la Empresa	8
1.4 Reseña Histórica.....	8
1.5 Misión.....	10
1.6 Visión.....	10
1.7 Valores Organizacionales	11
1.7.1 Laboriosidad	11
1.7.2 Innovación y Creatividad	12
1.7.3 Trato Humanizado	12
1.7.4 Lealtad.....	12
1.7.5 Respeto.....	12
1.7.6 Solidaridad	13
1.7.7 Honestidad.....	13
1.8 Ecosistema de la FCV.....	13
1.9 Organigrama.....	15
1.10 Descripción del Área Específica de Trabajo	16
1.11 Nombre y Cargo del Supervisor.....	18
Capítulo 2 Diagnóstico de la Empresa	19
Capítulo 3 Delimitación del Problema	21
3.1 Espacio.....	22
3.2 Tiempo	22
3.3 Alcance	22
Capítulo 4 Antecedentes.....	24
Capítulo 5 Justificación	26
Capítulo 6 Objetivos	29
Objetivo General	29
Objetivos Específicos	29
Capítulo 7 Marco Teórico	30
Capítulo 8 Metodología.....	33
8.2 Etapa 1	34
8.3 Etapa 2	35
8.4 Etapa 3	37
Capítulo 9 Resultados y Discusión	38
9.1 Diagnóstico Inicial del Estado de la Información Documentada del SGC.....	38
9.1.1 Obtención y Clasificación de la Documentación	38
9.1.2 Identificación y Priorización de Mejoras del Estado de la Documentación	41
9.2 Actualización y Elaboración de la Documentación para el SGC.....	53
9.2.1 Organigrama.....	54
9.2.2 Perfiles de Cargo	59
9.2.3 Caracterización de Procesos.....	64

9.2.4 Otros Documentos	68vi
9.2.5 Indicadores	74
9.2.6 Eliminación de la Documentación del SGC	78
9.3 Diagnóstico Final del Estado de la Información Documentada del SGC.....	80
Capítulo 10 Conclusiones y Recomendaciones	92
Conclusiones	92
Recomendaciones.....	93
Lista de Referencias	94
Anexos.....	96

Tabla 1 Identidad y significado de los colores del logo de la FCV.	7
Tabla 2 Información general de la FCV.	8
Tabla 3 Diagnóstico General de la Documentación del Área de Mercadeo Comercial.....	28
Tabla 4 Documentación inicial	38
Tabla 5 Diagnóstico Inicial Documentación Mercadeo.....	43
Tabla 6 Diagnóstico Inicial Documentación Comercial Nacional.	44
Tabla 7 Diagnóstico Inicial Documentación Prensa.	46
Tabla 8 Diagnóstico Inicial Documentación Editorial Médica.	46
Tabla 9 Diagnóstico Inicial Documentación Oficina Internacional.	47
Tabla 10 Diagnóstico Inicial Documentación Contact Center.	49
Tabla 11 Diagnóstico Inicial Documentación Gestión Social.	50
Tabla 12 Diagnóstico Inicial Documentación Centro Regulador Hospitalario.	51
Tabla 13 Perfiles de cargo a trabajar del área de Mercadeo.	60
Tabla 14 Caracterización de procesos a trabajar del área de Mercadeo.....	64
Tabla 15 Otros documentos a trabajar del área de Mercadeo.....	69
Tabla 16 Documentos Eliminados	79
Tabla 17 Diagnóstico Final Documentación Mercadeo.....	81
Tabla 18 Diagnóstico Final Documentación Comercial Nacional	82
Tabla 19 Diagnóstico Final Documentación Prensa	83
Tabla 20 Diagnóstico Final Documentación Editorial Médica	84
Tabla 21 Diagnóstico Final Documentación Oficina Internacional	85
Tabla 22 Diagnóstico Final Documentación Contact Center	86
Tabla 23 Diagnóstico Final Documentación Gestión Social.....	87
Tabla 24 Diagnóstico Final Documentación Centro Regulador Hospitalario	88

Lista de figuras

viii

Figura 1 Logo FCV.....	7
Figura 2 Valores corporativos de FCV.	11
Figura 3 Ecosistema FCV.....	15
Figura 4 Organigrama FCV.....	16
Figura 5 Organigrama Área de Mercadeo Comercial.	17
Figura 6 Metodología propuesta en tres etapas	33
Figura 7 Página SGC FCV.	34
Figura 8 Etapa 1	38
Figura 9 Priorización por Tipo de Documento oficina de gestión de la calidad	42
Figura 10 Diagnóstico Inicial de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC.....	52
Figura 11 Proporción del diagnóstico Inicial de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC.....	53
Figura 12 Etapa 2.....	54
Figura 13 Organigrama base por Equipos de trabajo Mercadeo.	55
Figura 14 Organigrama base por Cargos Mercadeo.	56
Figura 15 Organigrama Actualizado por Equipos de trabajo Mercadeo.....	57
Figura 16 Organigrama Actualizado por Cargos Mercadeo.....	57
Figura 17 Organigrama Mercadeo publicado en la página del SGC.	59
Figura 18 Documento Formato perfil de cargo	61
Figura 19 Documento Elaboración y Actualización Perfiles de Cargo.	61
Figura 20 Información del formato de perfil de cargo.....	62
Figura 21 Perfil de Cargo WebMaster	63
Figura 22 Perfil de cargo WebMaster publicada en la página SGC.	64
Figura 23 Plantilla Caracterización de Procesos.....	66
Figura 24 Desarrollo de Campañas Publicitarias.....	67
Figura 25 Caracterización de Proceso Desarrollo de Campañas Publicitarias publicado en la página del SGC	68
Figura 26 Plantilla Manual	70
Figura 27 Plantilla registro Word	71
Figura 28 Plantilla Instructivo	71
Figura 29 Plantilla Procedimiento	72
Figura 30 Procedimiento de Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución	73
Figura 31 Procedimientos Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución publicados en la página SGC	74
Figura 32 Plantilla tablero de mando integral	75
Figura 33 Indicadores iniciales Mercadeo.....	76
Figura 34 Indicadores Finales Mercadeo	77
Figura 35 Indicadores Finales Mercadeo publicados en la página SGC.....	78
Figura 36 Solicitud de eliminación documento a través de la página SGC	79
Figura 37 Etapa 3.....	80
Figura 38 Diagnóstico Final de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC	89
Figura 39 Proporción del diagnóstico Final de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC.....	90

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO:	Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad del Área de Mercadeo Comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia S.A.S
AUTOR(ES):	Genny Melissa García González
PROGRAMA:	Facultad de Ingeniería Industrial
DIRECTOR(A):	Luz Smith Acevedo Castrillón

RESUMEN

El presente trabajo de grado involucra el fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad del área de mercadeo comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia enfocándose en la documentación, para esto se trabajan tres etapas. En la primera etapa se determina el estado documental inicial donde se evidencian falencias de más del 76%, también se conoce la actualidad de cada subárea de mercadeo comercial estableciendo en compañía del líder las necesidades de actualización, creación y eliminación de los distintos documentos los cuales comprenden Organigrama, perfiles de cargo, caracterización de procesos, indicadores, instructivos, anexos, procedimientos, registros y manuales. En la segunda etapa que corresponde al fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad se establece una metodología de trabajo lo suficientemente robusta que cubre las distintas particularidades propias de cada subárea o cada tipo de documento. A partir del diagnóstico inicial se procede a realizar la actualización, creación y eliminación de los documentos, teniendo en cuenta el documento existente en caso de encontrarse o los documentos corporativos destinados para este propósito. Una vez terminados las modificaciones de los documentos del área de mercadeo comercial, se realiza la tercera etapa donde se elabora un diagnóstico final, allí se evidencia que el 97% de la documentación existente del área se encuentra vigente a la fecha de finalización de la práctica empresarial. Todo esto se lleva a cabo en busca del constante mejoramiento continuo y demás ventajas de tener la documentación de un Sistema de Gestión de Calidad actualizada y acorde al presente de los procesos.

PALABRAS CLAVE:

Documentación, Calidad, Fortalecimiento, Sistema, Diagnóstico

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE:	Strengthening of the Quality Management System of the Commercial Marketing Area of the Fundación Cardiovascular de Colombia S.A.S
AUTHOR(S):	Genny Melissa García González
FACULTY:	Facultad de Ingeniería Industrial
DIRECTOR:	Luz Smith Acevedo Castrillón

ABSTRACT

This degree work involves the strengthening of the Quality Management System of the commercial marketing area of the Fundación Cardiovascular de Colombia focusing on documentation, for this three stages are worked. In the first stage, the initial documentary status is determined, which shows deficiencies of more than 76%. The current status of each commercial marketing sub-area is also determined, establishing with the leader the needs for updating, creation and elimination of the different documents, which include organizational chart, job profiles, characterization of processes, indicators, instructions, annexes, procedures, records and manuals. In the second stage, which corresponds to the strengthening of the Quality Management System, a sufficiently robust work methodology is established to cover the different particularities of each sub-area or each type of document. Based on the initial diagnosis, we proceed to update, create and delete documents, taking into account the existing document, if any, or the corporate documents intended for this purpose. Once the modifications of the documents of the commercial marketing area are finished, the third stage is carried out, where a final diagnosis is made, where it is evidenced that 97% of the existing documentation of the area is in force at the date of completion of the business practice. All this is carried out in search of constant continuous improvement and other advantages of having the documentation of a Quality Management System updated and according to the present of the processes.

KEYWORDS:

Documentation, Quality, Strengthening, System, Diagnosis

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

El fortalecimiento de los documentos que hacen parte del Sistema de Gestión de la Calidad es de suma importancia para las empresas permitiendo el control y mejoramiento continuo de los procesos.

Por tal motivo, el presente documento plasma el propósito general de fortalecer del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) del área de mercadeo comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) y cuenta con 10 capítulos.

En el capítulo 1 se exponen las generalidades de la empresa, donde se presenta una breve caracterización de la Fundación Cardiovascular de Colombia con el fin de contextualizar y conocer la empresa en la que se desarrolla la práctica empresarial.

En el capítulo 2 se presenta el diagnóstico de la empresa, donde se expone la situación actual tanto de la FCV como del área de mercadeo comercial, esto permite que la documentación en el fortalecimiento del SGC sea acorde y se encuentre alineada al presente tanto del área en cuestión como de la empresa.

El capítulo 3 aborda la delimitación del problema en donde se busca definir tanto el tiempo y el espacio en el que se desarrolla la práctica, como su alcance, para dar solución al problema identificado y objeto de esta.

En el capítulo 4 se consignan los antecedentes relacionados con el tema de la práctica, exponiendo dos trabajos en donde se mejora la documentación en la FCV y en el

área de cartera para así fortalecer el SGC, esto permite definir un punto de partida y nutrir el desarrollo del proyecto.

En el capítulo 5 se plantea la justificación donde se exponen las razones por las cuales es necesario fortalecer el SGC del área de mercadeo comercial y las ventajas de contar con SGC actualizado, fortalecido y acorde con el presente de la empresa.

En el capítulo 6 se presentan tanto el objetivo general, como los tres objetivos específicos propios del presente trabajo de grado.

En el capítulo 7 se profundiza en el marco teórico definiendo los principales conceptos para el desarrollo del trabajo de grado, con el fin de sentar las bases teóricas necesarias para facilitar la comprensión del documento al lector.

En el capítulo 8 se define la metodología a utilizar para el desarrollo del trabajo de grado, la cual se divide en tres etapas y ha sido diseñada de forma robusta para cubrir las distintas particularidades propias de cada subárea perteneciente al área de mercadeo comercial, metodología que a su vez puede ser aplicable a las distintas áreas de la FCV siempre y cuando se definan las particularidades propias de cada una.

En el capítulo 9 se muestran los resultados obtenidos y se discuten todas aquellas particularidades, procedimientos y demás información relevante durante el desarrollo de la práctica empresarial.

El capítulo 10 contiene las conclusiones a partir del desarrollo de la práctica empresarial, respondiendo a cada uno de los objetivos planteados en el capítulo 6 y se realizan distintas recomendaciones con el fin de que la solución obtenida se mantenga vigente a través del tiempo, para un continuo fortalecimiento del SGC de la FCV.

Capítulo 1

Generalidades de la Empresa

1.1 Caracterización de la Empresa

La Fundación Cardiovascular de Colombia es uno de los complejos médicos más importantes del país y uno de los más destacados a nivel Latinoamérica. Esta empresa ofrece la mejor experiencia en el cuidado de enfermedades en diferentes especialidades médicas, a través de una atención integral y especializada brindada por sus institutos y centros especializados. También cuenta con criterios de excelencia, innovación y sentido social para brindarle a los pacientes la mejor atención. Los reconocimientos han sido posible gracias a la constancia, disciplina y compromiso del equipo humano. Sin embargo, el mayor logro y lo que verdaderamente diferencia a la Fundación Cardiovascular de Colombia de otras instituciones, es el hecho de que todo lo hacen pensando en el bienestar y satisfacción del paciente (Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f).

1.2 Logo de la Empresa

La Fundación Cardiovascular de Colombia cuenta con una identidad de marca que contiene diversos elementos visuales que permiten identificar a la empresa.

La nueva imagen está inspirada en los usuarios. Es una figura simbólica y espiritual asociada con el conocimiento, el trabajo y la dedicación que ha caracterizado a la FCV a través de su historia. Es, a la vez, símbolo de la vida y armonía. En ella se integran las

bases de la filosofía de la FCV que serán su soporte en los próximos años (Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f).

Figura 1
Logo FCV.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

- Las **hojas** simbolizan la variedad de soluciones médicas disponibles para las personas y de acuerdo con su color representan las unidades de negocio y tienen un significado propio, como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 1
Identidad y significado de los colores del logo de la FCV.

COLOR	UNIDADES	REPRESENTA
Rojo	Comerciales	Perseverancia y bondad
Naranja	De producción	Energía y vitalidad
Azul	De salud	Fe y confianza
Verde	De conocimiento	Actualidad y poder intelectual
Fucsia	De proyección social	Calidad de vida
Gris	Institucionales	Responsabilidad y respeto

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

- El **corazón** representa la salud y pasión.
- El **árbol** simboliza la vida

- El **tronco** que simula ser una figura de un ser humano representa a todo el personal que es el soporte de la organización
- El **eslogan** representa la promesa de valor de cuidar las vidas de la comunidad en general.

1.3 Información de la Empresa

En la siguiente tabla se concentra la información corporativa más trascendente de la FCV.

Tabla 2

Información general de la FCV.

Nombre de la empresa	Fundación Cardiovascular de Colombia
Sitio web	www.fcv.org
Teléfono	6399292
Dirección	Calle 155A No. 23 - 58, Floridablanca, Santander
Sector	Secundario -Terciario
Tamaño de la empresa	Grande
Sede	Floridablanca, Santander
Tipo	Organización sin ánimo de lucro
Fundación	1986
Actividad Económica	Actividades de hospitales y clínicas, con internación
Número de empleados	1676

Fuente: Autor.

1.4 Reseña Histórica

La Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) remonta al año 1982 cuando el Variet Childrens Life o Línea de ayuda a los niños programa de Variety Club Internacional, inspiró la creación del comité “Corazón a Corazón” de Nueva York liderada en Colombia por el Dr. Franklin Roberto Quiros.

En el año 1982 cuando se creó el comité “Corazón a Corazón” de Nueva York liderada en Colombia por el Dr. Franklin Roberto Quiros.

En 1986 un grupo de especialistas y personalidades de Bucaramanga se propuso crear una entidad privada sin ánimo de lucro dedicada a tratar las enfermedades del corazón, allí se desarrollaron las primeras cirugías cardiovasculares en la Clínica Bucaramanga en 1987.

En 1992, la FCV entró a formar parte de la Clínica Carlos Ardila Lulle, ampliando así todos los servicios diagnósticos e intervencionistas de cardiología y cirugía vascular periférica.

En 1997, se inauguró la nueva sede del Instituto del Corazón (IC), y en este mismo año obtiene el “Premio Nacional de Cardiología”, y se crea la “Corporación Instituto Colombiano de Investigaciones Biomédicas (ICIB)”.

Para garantizar la sostenibilidad en el tiempo, en 1999 se diseñó un plan de mejoramiento continuo, con el objetivo de alcanzar la certificación ISO 9001.

Dicho logro, que se obtuvo en enero de 2001 y cobijó todas sus áreas administrativas, convirtiéndose en el primer hospital en Latinoamérica en acceder a una certificación de esa naturaleza.

En el 2009, la FCV - Instituto del Corazón, logra ser la primera institución que recibe la acreditación del modelo internacional Joint Commission International en Colombia.

Luego de desarrollar procesos médicos de éxito en pacientes nacionales e internacionales, y de analizar la demanda de la población en servicios de salud, la FCV llevó a cabo su proyecto más ambicioso en términos de magnitud e impacto social para el

país. El nuevo complejo médico especializado que nació dentro del ecosistema de servicios hospitalarios de la FCV, llamado Hospital Internacional de Colombia (HIC), fue inaugurado en julio de 2016 con el objetivo de cubrir las necesidades de la sociedad en términos de salud y capacidad de atención.

En la actualidad, la Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) es uno de los complejos médicos más importantes de Colombia y uno de los más destacados a nivel Latinoamérica. Se encuentra en la categoría nivel cuatro de complejidad, y es la primera institución en el país acreditada por la Joint Commission International, sello que avala altos estándares de calidad certificada. Además, es un importante Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en el ámbito regional, nacional e internacional (Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f).

1.5 Misión

Ofrecer la mejor experiencia en el cuidado de la salud, por medio de una atención integral y especializada, con una profunda vocación por la excelencia, innovación, investigación y docencia, que contribuya con el cuidado de la vida y el bienestar de la sociedad (Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f).

1.6 Visión

En el 2030 seremos el mejor Ecosistema en Salud de Latinoamérica, basado en excelentes resultados clínicos, innovación, investigación y una atención centrada en la

persona, comprometidos con la gestión del conocimiento y la responsabilidad social

(Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f).

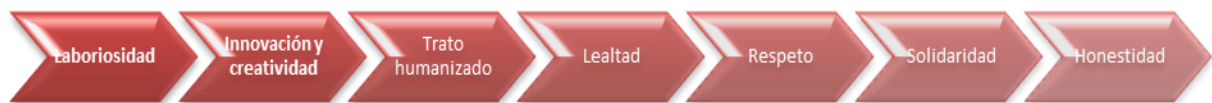
1.7 Valores Organizacionales

Los valores organizacionales adoptados por la FCV se muestran en la siguiente Figura

(Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f):

Figura 2

Valores corporativos de FCV.



Fuente: Autor.

A continuación, se describirá cada valor organizacional de la FCV:

1.7.1 Laboriosidad

Realizar nuestro trabajo con total dedicación, interés y esmero, procurando siempre entregar lo mejor de nosotros mismos, para obtener resultados óptimos que generen satisfacción total en los clientes, utilizando adecuadamente los recursos proporcionados por la Institución. Haciendo las cosas bien desde el principio hasta el fin, observando con alto sentido ético todas las actuaciones e intervenciones en los productos y servicios que llegan hasta nuestros clientes, anticipándonos a las oportunidades de mejora que puedan llevarnos a trabajar cada día más y mejor.

1.7.2 Innovación y Creatividad

Trabajar en pro del desarrollo personal e institucional, creando nuevas y mejores formas de hacer las cosas, manteniendo siempre una actitud de flexibilidad hacia el cambio que a su vez permita la búsqueda de soluciones hacia contratiempos inesperados que conlleven a seguir fortaleciendo la capacidad de aprendizaje continuo.

1.7.3 Trato Humanizado

Generar confianza, emociones agradables y sentimientos humanos de buen trato a nuestros clientes y proveedores, para así permitir momentos de verdad y otorgar valor agregado en el servicio que les ofrecemos.

1.7.4 Lealtad

Trabajar día a día demostrando un alto sentido de pertenencia y compromiso institucional hacia la FCV, uniendo esfuerzos para el cumplimiento de metas y objetivos, defendiendo el nombre de la institución, y actuando siempre con transparencia y sinceridad, siendo leales hacia las normas y valores de la institución.

1.7.5 Respeto

Contribuir al mantenimiento de un ambiente de trabajo cordial y amable reconociendo y aceptando los derechos y las diferencias de las demás personas, cumpliendo de manera oportuna con las responsabilidades establecidas y brindando un trato considerado y cortés a las personas con las que día a día nos relacionamos, principalmente nuestros clientes.

1.7.6 Solidaridad

Actuar con equidad orientando la labor hacia la comunidad, ofreciendo apoyo y colaboración a las demás personas, trabajando con sentido de Fraternidad y unión que no sólo conlleve a la obtención de logros y metas personales, sino propendiendo, además, al cumplimiento de objetivos que promuevan el desarrollo y progreso institucional.

1.7.7 Honestidad

Actuar con la verdad en todos y cada uno de los actos hacia nuestros clientes, proveedores y comunidad en general, imprimiendo un sentido de confianza, fiabilidad y transparencia en nuestro trabajo.

1.8 Ecosistema de la FCV

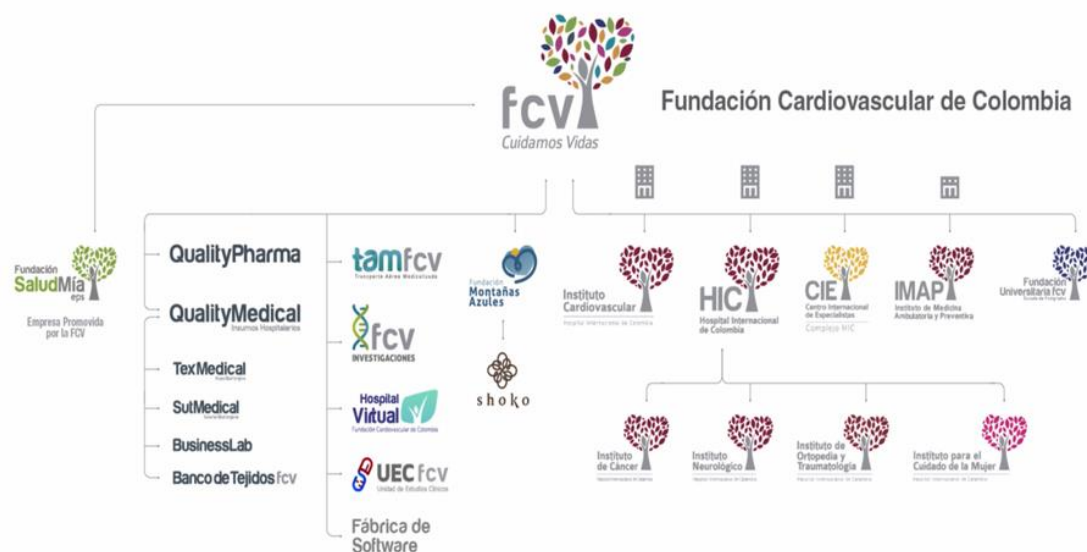
El ecosistema de la Fundación Cardiovascular de Colombia comprende alrededor de 23 marcas, las cuales son:

- Hospital Internacional de Colombia (HIC)
- Instituto Cardiovascular de la FCV (ICV)
- Centro Internacional de Especialistas (CIE)
- Instituto de Medicina Ambulatoria y Preventiva (IMAP)
- Fundación Universitaria de Colombia
- Fundación Montañas Azules
- Shoko
- Instituto de Cáncer

- Instituto Neurológico
- Instituto de Ortopedia y Traumatología
- Instituto Para el Cuidado de la Mujer
- Transporte Aéreo Medicalizado (tamFCV)
- Investigaciones FCV
- Hospital Virtual
- Unidad de Estudios Clínicos (UEC)
- Fábrica de Software
- QualityMedical
- QualityPharma
- TexMedical
- SutMedical
- BusinessLab
- Banco de Tejidos FCV
- Fundación SaludMía EPS

Para una visión más clara del Ecosistema de a FCV se presenta la siguiente figura:

*Figura 3
Ecosistema FCV.*

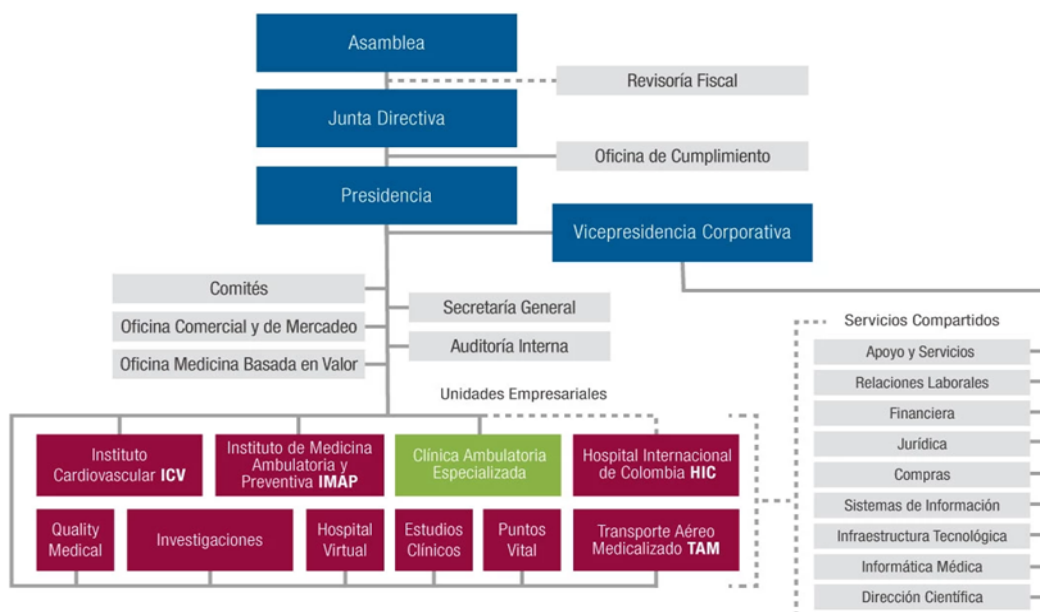


Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

1.9 Organigrama

Para la empresa es indispensable contar con una Organigrama que permita saber cómo está constituida. Por eso, la FCV emplea un orden jerárquico en su organización, así como se muestra Figura 4:

Figura 4
Organigrama FCV.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Como se pudo observar en el organigrama, las relaciones de autoridad se presentan de arriba hacia abajo y las responsabilidades de abajo hacia arriba. La autoridad formal se representa por líneas de trazo continuo y la autoridad funcional por líneas de trazo discontinuo. La máxima autoridad de la FCV es la Asamblea, Junta directiva, presidencia y vicepresidencia corporativa. También la estructura está constituida por comités, secretaria general, auditoría interna, área mercadeo comercial, área medicina basada en el valor, unidades empresariales y servicios compartidos.

1.10 Descripción del Área Específica de Trabajo

Para la práctica empresarial el área específica de trabajo corresponde al área de mercadeo comercial, cuyo objetivo principal es crear e implementar las estrategias

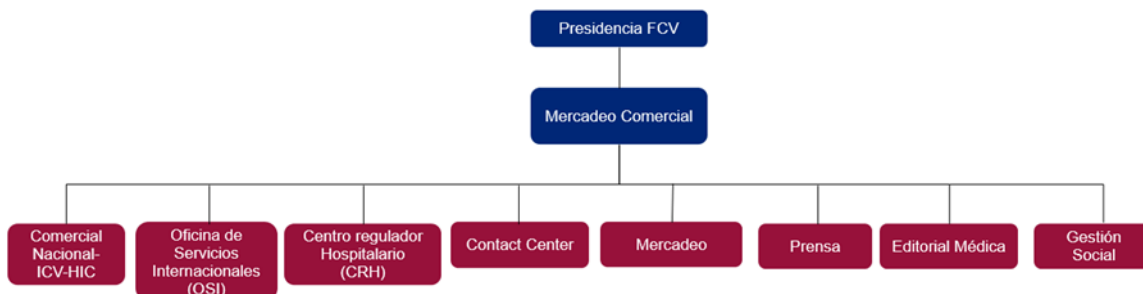
orientadas a cumplir la meta de los ingresos de la FCV, por medio de la unificación de esfuerzos comerciales para fidelizar clientes, recaudar donaciones y posicionar la marca.

Y que bajo la perspectiva de Cliente y Mercadeo establece los siguientes objetivos específicos (Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f):

- Consolidar posicionamiento a nivel nacional e internacional por calidad, innovación, tecnología e integralidad en la prestación de servicios médicos.
- Incrementar la exportación de servicios y/o productos.
- Lograr mayor conocimiento y reconocimiento de los servicios y logros de FCV a nivel nacional.
- Generar la mejor experiencia en la atención del cliente con un porcentaje de satisfacción superior al 98%.

El organigrama del área de Mercadeo Comercial está compuesto por, la presidencia de la FCV y 8 subáreas de la siguiente forma:

Figura 5
Organigrama Área de Mercadeo Comercial.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Cada una de las subáreas (en color rojo) que componen el área de mercadeo comercial se divide en diferentes equipos de trabajo de acuerdo con las necesidades de la organización, por ejemplo, la subárea Comercial Nacional se divide en 4 equipos de trabajo los cuales son: Convenios, Cotizaciones, Ventas y Cuidamos vidas.

1.11 Nombre y Cargo del Supervisor

Mónica Quintero González quien ocupa el cargo de Directora de Mercadeo la supervisora encargada por la FCV para acompañar el proceso de la práctica profesional.

Capítulo 2

Diagnóstico de la Empresa

La Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) es un complejo médico que tiene como objetivo suplir las necesidades de servicio de salud de las personas a nivel nacional e internacional. Esta empresa se encuentra en la categoría nivel cuatro de complejidad, y es la primera institución en el país acreditada por la Joint Commission International, sello que avala altos estándares de calidad certificada.

Actualmente, ocupa el tercer lugar a nivel nacional y séptimo en América Latina, según el ranking de la revista América Economía 2020, como el complejo médico con uno de los mejores modelos de experiencia al paciente, que brinda una relación cercana, la prestación de servicios de alta complejidad, modernas instalaciones, equipos de última tecnología, un equipo médico conformado por profesionales especializados en todos los campos de la medicina, y un portafolio integral de servicios que garantizan tratamientos clínicos de talla mundial a los mejores costos. Además, de ser un importante Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en el ámbito regional, nacional e internacional. (Fundación Cardiovascular de Colombia, s.f)

La Fundación Cardiovascular de Colombia busca el constante mejoramiento continuo de sus procesos por esto considera de suma importancia promover una cultura de calidad orientada a la mejora, gestión del conocimiento y gestión del riesgo, soportados en la gestión documental en pro del cumplimiento de los objetivos estratégicos con el fin de garantizar la satisfacción de las partes interesadas. Esta gestión documental apoya la operación de los procesos y áreas de la organización mediante la elaboración, revisión y aprobación de los documentos.

La información documentada es aplicada a todas las áreas y procesos de la FCV y consiste en la elaboración, modificación o eliminación de documentos del SGC, la cual es responsabilidad del líder de cada área y es administrada por la oficina de gestión de la calidad.

Los documentos del SGC de todas las áreas de la FCV se encuentran almacenados en la página <http://www.fcv.org/calidad1> según el tipo de documento y área a la que pertenece.

Para la empresa siempre ha sido fundamental dejar evidencia de la trazabilidad de los documentos creados e implementados que han permitido llegar a los altos logros y que en la actualidad sirven como un instrumento de referencia para gestionar los diferentes procesos y áreas.

En el área específica de trabajo la cual es Mercadeo Comercial se inició en el año 2020 una modificación de los documentos que soportan los procesos, ya que se consideró necesaria debido a la desactualización de estos. En esta modificación se renovó y creó algunos documentos, pero este proyecto se detuvo sin que se llegara a algún logro significativo, esto por falta de colaboradores y adicionalmente por nuevas reestructuras en algunas Subáreas que componen a Mercadeo Comercial.

En la actualidad muchos de los documentos existentes en el área de Mercadeo Comercial están desactualizados de las operaciones que están en vigencia, y según los requerimientos actuales de la empresa también existen documentos del área que son necesarios crear, ya que representarían un capital intelectual el cual es necesario preservar en la página del SGC.

Capítulo 3

Delimitación del Problema

El área de mercadeo comercial de la empresa Fundación Cardiovascular de Colombia requiere apoyo en la gestión de la documentación que hace parte del sistema de gestión de la calidad, esto porque se han presentado en los últimos años diferentes problemáticas que afectan el correcto control de los procesos que la integran.

La falta de eficacia en la documentación en el SGC ha provocado que se tengan que modificar o crear documentos de forma apresurada solo para cumplir los requisitos de las auditorias, más no para aumentar el crecimiento y la efectividad del área.

Este problema ha generado una ineficiencia en los procesos de cada una de las subáreas que componen a mercadeo comercial, ya que a pesar de que los líderes de los procesos y personal pueden acceder a los documentos del sistema para obtener datos e información relevante para la ejecución de sus funciones, resulta en ocasiones una mala fuente de información porque muchos de los documentos son obsoletos y/o están desactualizados de la realidad actual del proceso ocasionando una desinformación y una mala gestión en las actividades a desarrollar.

Por otra parte, algunos de los líderes de las áreas de mercadeo comercial no son conscientes de la importancia de mantener documentados y actualizados los organigramas, perfiles de cargo, procesos, procedimientos, manuales, instructivos, registros, anexos y por ello no están al pendiente de modificar los documentos que le dan dirección a la subárea ocasionando consecuencias de reprocesos, pérdida de tiempo y un mal trazabilidad de los documentos.

¿Cómo se podría fortalecer la información documentada en cada una de las subáreas que componen el área de Mercadeo Comercial?

3.1 Espacio

Se desarrollará la práctica empresarial en cada una de las subáreas pertenecientes al área de mercadeo comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia, las cuales son: Mercadeo, Editorial Médica, Prensa, Contact Center, Oficina Internacional, Centro Regulator Hospitalario y Comercial Nacional.

3.2 Tiempo

El tiempo de desarrollo del trabajo es la duración de la práctica profesional que inicia desde el 18 de febrero del 2021 hasta el 17 de agosto del 2021, teniendo en cuenta los tiempos establecidos por la Universidad Pontificia Bolivariana.

3.3 Alcance

El alcance abarca la documentación que pertenece al Sistema de Gestión de la Calidad del área de Mercadeo Comercial, donde se inicia con un reconocimiento de esta documentación hasta la modificación y cargue de los documentos que sirven de soporte para el desarrollo de los procesos. Para esto se debe realizar una revisión de la documentación vigente referente a los Organigramas, Perfiles de cargo, Caracterización de procesos, Indicadores, entre otros documentos SGC.

Una vez revisada la documentación es necesario contrastar dicha información con la actualidad de las subáreas de mercadeo comercial con el fin de identificar las necesidades de actualización, eliminación o creación para cada documento. Por último y teniendo en cuenta las necesidades se procede a la elaboración, eliminación, mejora o actualización de cada documento según corresponda, teniendo en cuenta la actualidad y la proyección del área.

Capítulo 4 **Antecedentes**

La Fundación Cardiovascular de Colombia se ha caracterizado por ser una empresa líder en el sector de la salud tanto así que es el séptimo complejo médico más importante de Latinoamérica. Esta empresa a lo largo de su trayectoria ha buscado la forma de lograr procesos eficaces, impulsando el mejoramiento continuo del SGC.

Para el presente trabajo de grado se revisaron proyectos donde se aplicó el mejoramiento de los documentos que hacen parte del SGC enfocándose en alguna de las áreas de la FCV o en la organización en general. Siendo esto un referente clave para poder llevar el desarrollo del proyecto. A continuación, se muestran los trabajos analizados:

Estandarización y Mejoramiento del Sistema Documental de la Fundación Cardiovascular de Colombia bajo los Criterios de la Norma ISO 9001:2015, de la Resolución 723 del 2015 y del Sistema Único de Acreditación

En este proyecto realizado en el año 2016 se estandarizó y mejoro el sistema documental de la Fundación Cardiovascular de Colombia a través de la nueva página de Calidad, verificando que la documentación cumpliera con los Criterios de la Norma ISO 9001:2015, de la Resolución 723 del 2015 y del Sistema Único de Acreditación. Allí se trabajaron tres etapas. En la primera y segunda etapa se explicó a los trabajadores la importancia de tener una nueva página de calidad y se capacitó en el manejo de esta página así como en los lineamientos de la documentación. Por último en la etapa de mejoramiento se realizó una reducción en la documentación y mediante una lista de chequeo se determinó que el sistema documental y página de calidad cumplieran con los

requisitos a través de una serie de actividades y procesos del sistema de gestión documental. Luego se incluyeron los documentos en la nueva página de calidad verificando los lineamientos de forma y fondo. (Castellanos Navas, 2016).

APOYO EN GESTIÓN DOCUMENTAL EN EL ÁREA DE CARTERA DE LA FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA

El objetivo de este trabajo de grado realizado en el año 2019 era apoyar en el proceso de gestión documental siguiendo el protocolo institucional, con el propósito de mejorar los procesos realizados en el área de cartera de la Fundación cardiovascular de Colombia. Se desarrolló la práctica empresarial por etapas donde se inició verificando los documentos actuales que poseía el área de cartera, después se aplicó en el sistema de cada documento el proceso relacionado y se archivaron los documentos de manera ordenada, para facilitar la búsqueda en la hora que solicitan la información. (Sandoval Cañizares, 2019).

Capítulo 5

Justificación

Para las empresas es de suma importancia la planeación, actualización, creación, control y el mejoramiento continuo de los documentos que hacen parte del Sistema de Gestión de la Calidad, ya que la documentación permite la comunicación del propósito y la coherencia de la acción de cada proceso y área que hace parte de la organización.

El mejoramiento de los documentos de un SGC contribuye a lograr la conformidad con los requisitos del cliente y la mejora de la calidad, provee la formación apropiada, la repetibilidad y la trazabilidad, proporciona evidencias objetivas, evalúa la eficacia y la adecuación continua del sistema de gestión de la calidad. (ICONTEC, 2005)

La Fundación Cardiovascular de Colombia comprende que el fortalecimiento de la documentación es una actividad que genera valor en todas las áreas de la organización, ya que contribuye al mejoramiento continuo de sus procesos promoviendo una cultura de calidad soportada en la gestión documental.

Es por esto por lo que para la empresa es necesario el mejoramiento de los documentos que se manejan en su SGC, para así lograr obtener los beneficios que brinda su correcta implementación.

Algunos de los beneficios que obtiene la FCV al tener fortalecido los documentos que componen su SGC son los siguientes:

- Con los documentos de organigrama se permite conocer con claridad la estructura de la empresa estableciendo cada área y cargos en orden jerárquico. Se beneficia al tener establecida la cantidad de recurso humano que requiere para poder llevar a cabo sus funciones, tener delimitadas las responsabilidades

y los responsables de cada área o proceso, así como sus superiores y lograr que la empresa sea más eficiente y productiva cumpliendo con los objetivos de esta (Sanabria, 2018).

- Con los documentos de perfiles de cargo se identifica las funciones y actividades que debe desarrollar cada empleado de acuerdo con el cargo que ocupa en la organización, También es un aliado en el proceso de reclutamiento y selección del personal, entre otros beneficios funciona para planes de capacitaciones para fortalecer los conocimientos que debe tener el trabajador para desempeñar adecuadamente sus actividades en el área encargada.
- Con los documentos de Caracterización de procesos se facilita la descripción, gestión y control de los Procesos a través de la identificación de sus elementos esenciales. También permite una comprensión completa del objetivo de cada proceso y los aspectos clave de cómo debe ejecutarse (Torres G. , 2017).
- Con los documentos de indicadores se permite llevar un seguimiento de como las actividades, personal o procesos están aportando al logro de los objetivos y metas planificados, y establece donde se deben aplicar las acciones correctivas que permitan el mejoramiento continuo de la organización.

Como se mencionó anteriormente la FCV es consciente de que se debe tener fortalecido los documentos que componen su SGC, es por esto por lo que la oficina de gestión de la calidad en cabeza del jefe de planeación y calidad realizó un diagnóstico

general en el cual se identificaron distintas falencias en la estructura actual del área de mercadeo comercial.

En dicho diagnóstico se consigna el estado inicial en que se encuentra cada uno de los tipos de documentos de las diferentes subáreas que componen el área de mercadeo comercial como se muestra a continuación:

Tabla 3
Diagnóstico General de la Documentación del Área de Mercadeo Comercial

Área de Mercadeo Comercial					
Subáreas	Tipos de documentos				
	Organigrama	Perfiles de Cargo	Caracterización de Procesos	Otros documentos del proceso (procedimientos, instructivos, etc.)	Indicadores
Mercadeo	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente
Editorial Médica	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente
Prensa	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente
Contact Center	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente
Gestión Social	Deficiente	Deficiente	Completo	Deficiente	Deficiente
Oficina Internacional	Deficiente	Deficiente	Completo	Completo	Deficiente
Centro Regulador Hospitalario	Deficiente	Deficiente	Completo	Deficiente	Deficiente
Comercial Nacional	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Como se puede evidenciar la mayoría de la información documental del área se encuentra en un estado deficiente, por lo que para subsanar dichas deficiencias se hace necesario determinar las necesidades propias de cada documento, estas pueden ser de actualización, creación o eliminación, por tal motivo se hizo presente el requerimiento de un estudiante en práctica para apoyar la identificación de dichas necesidades y el fortalecimiento de cada uno de los documentos del SGC que componen el área de mercadeo comercial y sirven de soporte en los procesos de las diferentes subáreas.

Capítulo 6

Objetivos

Objetivo General

Fortalecer el Sistema de Gestión de Calidad del área de mercadeo comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia, según diagnóstico inicial y priorización de mejoras a la información documentada dada por el líder de cada una de las subáreas que componen el área de Mercadeo Comercial.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico inicial del estado de la información documentada del sistema de gestión de calidad en el área de mercadeo comercial.
- ✓ Actualizar y elaborar la documentación necesaria para el sistema de gestión de la calidad del área de mercadeo comercial a partir del diagnóstico realizado y priorización del líder del proceso.
- ✓ Realizar un diagnóstico final del estado de la información documentada del sistema de gestión de la calidad en el área de mercadeo comercial.

Capítulo 7

Marco Teórico

A continuación, se definirán los conceptos que se emplearán en el transcurso del trabajo de grado.

Sistema de Gestión de la Calidad: Es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios. (Universidad Cooperativa de Colombia, s.f).

La extensión de la información documentada para un SGC puede variar de una organización a otra debido a (ISO, 2015):

- El tamaño de la organización y su tipo de actividades, procesos, productos y servicios
- La complejidad de los procesos y sus interacciones
- La competencia de las personas

En la medida que sea necesario, la organización debe (ISO, 2015):

- Mantener información documentada para apoyar la operación de sus procesos
- Conservar la información documentada para tener la confianza de que los procesos se realizan según lo planificado

Gestión documental: Conjunto de actividades que permiten coordinar y controlar los aspectos relacionados con creación, recepción, organización, almacenamiento, preservación, acceso y difusión de documentos (Russo, 2009).

Documento: Es la información y su medio de soporte (Nueva ISO, 2014).

Los objetivos de la documentación en una entidad suelen ser:

- Comunicación de una información.
- Evidencia de la conformidad.
- Compartir conocimientos.

Tipo de documento: Organigramas, perfiles de cargo, indicadores, caracterizaciones de procesos, procedimientos, instructivos, manuales, registros y anexos.

Organigrama: Es la representación gráfica simplificada de la estructura formal de una organización en un momento determinado (Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchieri, 2007).

Perfil de Cargo: Un perfil de cargo establece las contribuciones que realiza cada cargo para el cumplimiento de los objetivos institucionales y de su equipo, y cómo puede lograrlo. A través de un perfil se describe la dependencia de cada cargo dentro de la organización, su contenido y los requisitos necesarios para el desempeño esperado (UNIVERSIDAD DE CHILE, s.f).

Caracterización de Procesos: La caracterización de procesos se trata de realizar un análisis profundo de los procesos teniendo en cuenta los elementos que originan que estos procesos tengan un principio y un final (Torres, 2020). Estos elementos pueden ser:

- Elementos de entrada que originan que comience un proceso como por ejemplo la solicitud de un servicio/producto de un cliente,
- Elementos de salida que originan que finalice un proceso como por ejemplo la realización de una cotización/presupuesto.

Indicador: Un indicador es una expresión cuantitativa observable y verificable que permite describir características, comportamientos o fenómenos de la realidad. Esto se logra a través de la medición de una variable o una relación entre variables.

(Departamento Nacional de Planeación, s.f).

Procedimiento: forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso (ICONTEC, 2005).

Los procedimientos de calidad pueden tener diferentes formatos y estructuras. Pueden ser narrativos, es decir, que se describen a través del texto; pueden ser más estructurados mediante el uso de tablas; pueden ser más ilustrativos, es decir, con diagramas de flujo; o pueden ser cualquier combinación de los casos anteriores.

Los procedimientos de calidad deberían incluir los siguientes elementos: Título, Propósito, Alcance, Responsabilidades y funciones de todas las personas/cargos, Registros, Control de documentos, Descripción de actividades y se pueden incluir anexos, en caso de ser necesario. (Meskovska, s.f).

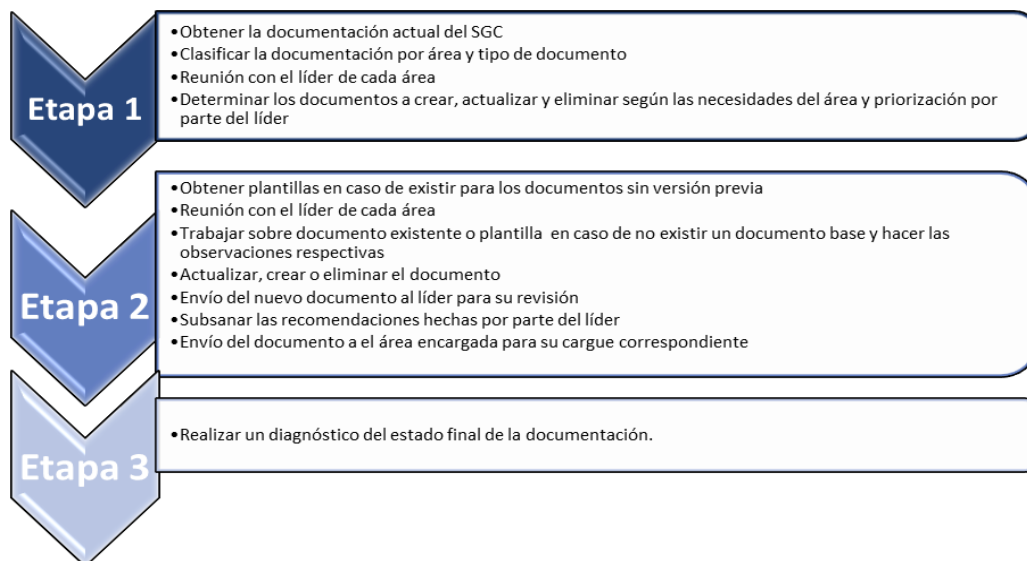
Capítulo 8 Metodología

La metodología que se va a llevar a cabo en el transcurso de la práctica empresarial es de tipo cualitativa debido a que se recopila la información a través de reuniones con los líderes de las subáreas de mercadeo comercial.

8.1 Población de estudio: subáreas que constituyen el área de mercadeo comercial.

Para el correcto desarrollo de la práctica profesional y que se logre así fortalecer el Sistema de Gestión de Calidad del área de mercadeo comercial de la Fundación Cardiovascular de Colombia enfocado en la documentación y con el fin de cumplir con los objetivos del presente proyecto, se trabaja en torno a un procedimiento que está compuesto por tres etapas, cada una contiene una serie de pasos a seguir, como se muestra en la siguiente Figura.

*Figura 6
Metodología propuesta en tres etapas*



Fuente: Autor.

A continuación se definirá a detalle cada una de las etapas:

8.2 Etapa 1

En la primera etapa se obtendrá la documentación existente (inicial) de las subáreas correspondiente a organigramas, perfiles de cargo, caracterización de procesos, indicadores, instructivos, anexos, procedimientos, registros y manuales. Para esto la FCV cuenta con una página de SGC como se muestra en la figura 7, donde se encuentran todos los documentos que componen el SGC de cada una de las áreas de la organización.

Figura 7
Página SGC FCV.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Una vez obtenidos todos los documentos existentes correspondientes, se procede a clasificarlos por área y tipo de documento; ya clasificados dichos documentos, se cita a una reunión y se revisa cada uno en acompañamiento de los respectivos líderes de las distintas subáreas las cuales comprenden Mercadeo, Prensa, Editorial Médica, Contact Center, Oficina Internacional, Centro Regulador Hospitalario, Comercial Nacional ,

Gestión Social, pertenecientes al área de Mercadeo Comercial con el fin de contrastar la información de estos documentos con la información que actualmente maneja la empresa y así poder determinar las necesidades de actualización, eliminación y creación de la documentación, así como la priorización de ejecución de cada documento de acuerdo con los requerimientos del líder y las necesidades propias del área.

8.3 Etapa 2

Ya socializado el estado documental existente (inicial) del SGC, se procede a crear, actualizar o eliminar los documentos según los parámetros definidos en la etapa 1.

Para el caso en el que se requiera creación del documento se descarga de la página las plantillas corporativas según el tipo de documento que se va a trabajar; cuando la plantilla no se encuentre en la página del SGC se solicita mediante correo electrónico a la Dirección de Apoyos y Servicios en formato editable.

En caso de actualizaciones como ya existe un documento base se trabajará sobre este.

Posterior a la obtención de los documentos base en caso de existir y/o las plantillas corporativas correspondientes en caso de no existir un documento previo, se cita una nueva reunión con cada líder, con el fin de revisar a profundidad cada uno de estos documentos y a partir de allí generar las observaciones correspondientes, teniendo en cuenta la necesidad y la actualidad del proceso.

Una vez discutido cada documento y consignadas las observaciones aportadas en el transcurso de la reunión, se procede a consolidar dichas observaciones hechas por cada líder realizando las modificaciones pertinentes al documento correspondiente con el fin

de subsanarlas y así generar la actualización y creación del documento según corresponda, y a partir de ello obtener un documento acorde a la actualidad del proceso.

Después de subsanadas todas las observaciones realizadas por el líder se le envía el nuevo documento por medio de correo electrónico para que lo revise y dé su visto bueno o genere nuevas observaciones, en este último caso se subsanarán las nuevas observaciones con el fin de obtener la aprobación final.

Para el caso puntual de los Organigramas de cada subárea perteneciente al área de mercadeo comercial se someten ante un comité conformado por el presidente de la FCV y los líderes de cada subárea para su aprobación final.

Finalmente, obtenida la aprobación final del documento, se envía la solicitud de cargue por la página del SGC de la FCV, en caso de que el tipo de documento sea perfiles de cargo o indicadores la solicitud de cargue debe realizarse mediante correo electrónico a la Dirección de Apoyos y Servicios. El documento ya cargado en la página permite que la información esté disponible tanto para el personal y proceso que la requiera, así como para futuras actualizaciones y mejoras, y también para llevar un registro de la documentación empleada en el área.

En cuanto a los documentos por eliminar para el caso de perfiles de cargo e indicadores se envía la solicitud de eliminación mediante correo electrónico a la Dirección de Apoyo y Servicios, para los demás documentos se envía la solicitud de eliminación a través de la página del SGC, en ambos casos se especifica, tipo de documento, nombre del documento, el área al que pertenece y el motivo de la eliminación.

8.4 Etapa 3

En la tercera y última etapa se realiza un diagnóstico final del estado de la información documentada del sistema de gestión de la calidad en el área de mercadeo comercial.

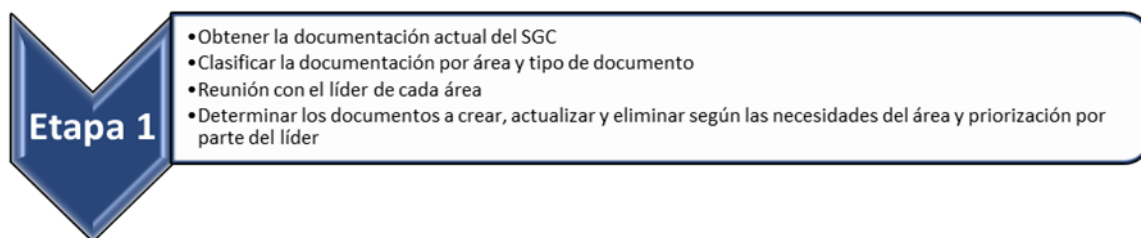
En esta etapa se analiza el estado final de los documentos al momento de terminación de la práctica empresarial y se realiza una comparativa del diagnóstico inicial vs diagnóstico final respecto a la proporción de la vigencia y falencia en la documentación.

Capítulo 9 Resultados y Discusión

9.1 Diagnóstico Inicial del Estado de la Información Documentada del SGC

El diagnóstico inicial del estado de la información se hace conforme la Etapa 1 de la metodología propuesta en el capítulo 8, tal y como se muestra en la siguiente Figura.

Figura 8
Etapa 1



Fuente: Autor.

9.1.1 Obtención y Clasificación de la Documentación

A partir del diagnóstico general proporcionado por el Jefe de planeación y Calidad consignado en la Tabla 3 se procede a realizar la búsqueda de cada uno de los documentos existentes en la página del SGC de la FCV, los cuales se clasifican por subárea y tipo de documento y se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 4
Documentación inicial

MERCADEO COMERCIAL					
Subárea	Organigrama	Perfiles de Cargo	Caracterización de Procesos	Otros documentos (Procedimientos, Instructivos, Anexos, Registros, Manuales)	Indicadores
Mercadeo	Organigrama Mercadeo, editorial y prensa	Líder Creativo	Caracterización de Procesos Mercadeo	Procedimiento de desarrollo de piezas y campañas	Indicadores Mercadeo
		Directora de Mercadeo		Procedimiento de desarrollo de nueva marca	
		Diseñador Gráfico		Procedimiento generación y divulgación de material audiovisual	
		Realizador Audiovisual		Registro plan de medios	
		Gestor de Contenidos		Registro plan de mercadeo	

		Practicante Comunicación Social Practicante Producción Audiovisual		Registro Brief para público externo Manual de comunicaciones y mercadeo	
Comercial Nacional I	Organigrama Comercial Nacional	Administrador del sistema	Caracterización de Procesos Comercial Nacional	Procedimiento contratación con ERP	Indicadores Comercial Nacional I
		Analista de convenios		Procedimiento seguimiento a clientes	
		Auxiliar de convenios		Registro acta de reunión de convenios	
		Coordinador administrativo de convenios			
		Químico farmacéutico	Caracterización de Procesos convenios	Registro solicitud de Inscripción para la Prestación de Servicios de Salud Nuevas Aseguradoras	
		Coordinador de cotizaciones			
		Liquidador de cotizaciones			
		Profesional de cotizaciones	Caracterización de Procesos Cotizaciones	Registro seguimiento a la Ejecución de Contratos con Monto Fijo Aseguradoras Estatales	
		Director comercial			
		Ejecutivo comercial de cirugía			
		Ejecutivo comercial de servicios ambulatorios			
		Ejecutivo comercial hospitalario		Registro acta de relacionamiento comercial	
Embajador comercial					
Prensa	No tiene	Jefe de Prensa	No tiene	Generación y Divulgación de Contenidos Autorización Expresa del Uso de Información en Bases de Datos Para Gestión de Relaciones Públicas Entre el Titular y la FCV Authorization Use of Personal Data Autorización de Uso de Imagen Personal Authorization For the Use of Personal Image AUTORIZACIÓN DE USOS DE DATOS PERSONALES FCV	Indicadores Prensa
Editorial Médica	No tiene	No tiene	No tiene	No tiene	Indicadores Editorial Médica
Oficina Internacional	Organigrama Oficina Internacional	Agente logístico Internacional	Caracterización Servicios Internacionales	Viáticos a Pacientes Internacionales	Indicadores Oficina Internacional
		Auxiliar de enfermería Internacional		Repatriación Paciente Internacional	
				Protocolo de Manejo para paciente internacional durante Pandemia Covid19	
				Recaudo de cartera de pacientes particulares y aseguradoras internacionales	
				Cotizaciones Internacionales	
				Admisión de pacientes internacionales	
				Logística atención paciente internacional	

		<p>Coordinador Administrativo Internacional</p> <p>Coordinador Comercial Internacional</p> <p>Coordinador Logístico Internacional</p> <p>Jefe de enfermería oficina Internacional</p> <p>Médico general Internacional</p>		<p>Certificación Médica para Traslado Aéreo - Paciente Fallecido</p> <p>Consolidado de Entrega de Viáticos a Pacientes Internacionales</p> <p>Registro de Entrega de los Viáticos de Pacientes Internacionales</p> <p>Hoja de Ruta Servicios Externos - Paciente Internacional</p> <p>Control de Medicamentos - Paciente Internacional</p> <p>Medications Control - International Patients</p> <p>Lista de chequeo seguimiento logístico a pacientes internacionales</p> <p>Autorización tratamiento de datos personales - Pacientes y acompañantes internacionales</p> <p>Autorización tratamiento de datos personales - Pacientes y acompañantes internacionales</p> <p>Consentimiento informado paciente ambulatorio internacional en época de pandemia COVID-19</p> <p>Consentimiento informado paciente ambulatorio internacional en época de pandemia COVID-19</p> <p>Relación logística pacientes internacionales</p> <p>Control de glucometrías - Pacientes internacionales</p> <p>Glucometry control (Blood sugar) - International patients</p> <p>Acta de destrucción autorización para el tratamiento de datos personales - Pacientes internacionales</p> <p>Encuesta de satisfacción de pacientes - Servicios de la oficina Internacional (Inglés)</p> <p>Encuesta de satisfacción de pacientes - Servicios de la oficina Internacional (Español)</p> <p>Préstamo de Equipos Biomédicos a pacientes internacionales - Concentrador de Oxígeno</p> <p>Préstamo de cilindros de gases medicinales a pacientes internacionales</p> <p>Préstamo de equipos biomédicos a pacientes internacionales: Concentrador de oxígeno</p> <p>Préstamo de cilindros de gases medicinales</p> <p>Discharge Letter HIC</p> <p>Discharge Letter FCV</p>	
Contact Center	Organigrama Contact Center	<p>Líder de Contact Center</p> <p>Supervisor de Contact Center</p> <p>Agente de Contact Center</p>	No tiene	No tiene	Indicadores Contact Center
Gestión Social	Organigrama	Secretaria Gestión Social	Caracterización Gestión Social - Eventos	<p>Organización de Eventos Deportivos y Culturales</p> <p>Gestión de Donaciones</p>	Indicadores

	Gestión Social			Plan de Contingencia Ambiental ¼ de Maratón Ciudad de Bucaramanga	Gestión Social
				Plan de Emergencia y Contingencia Carreras Atléticas	
				Guía para la realización de donaciones en efectivo	
				Guía para la Realización de Carreras Atléticas	
				Guía para la Aceptación de Patrocinadores	
			Caracterización Gestión Social - Donaciones	Autorización de envío de información-FCV	
				Autorización de envío de información	
				Planilla de Inscripción	
				Guía de Implementos de Mantenimiento a Llevar a Eventos	
				Lista de Chequeo Gestión Social	
				Reporte de Ejecución Semanal de Ejecutivas	
				Reporte de Programación Semanal de Visitas de las Ejecutivas	
Centro Regulador Hospitalario	Organigrama CRH	Auxiliar de contra Referencia	Caracterización Proceso CRH	Proceso de Referencia y Contra-Referencia FORMATO DE REFERENCIA ECMO RESPIRATORIO FCV	Indicadores CRH
		Auxiliar de Referencia y Contra Referencia			
		Coordinador Operativo CRH			
		Gestor de Aceptación de pacientes			
		Supernumerario			

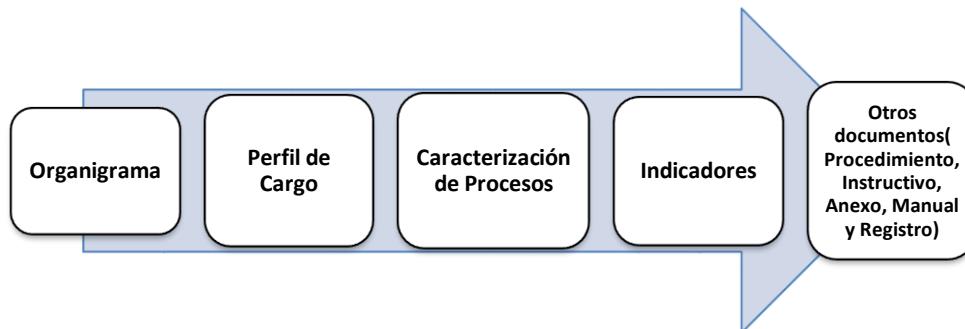
Fuente: Autor.

9.1.2 Identificación y Priorización de Mejoras del Estado de la Documentación

El orden de prioridad de cada tipo de documento se llevó a cabo teniendo en cuenta lo establecido por la oficina de gestión de la calidad, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 9

Priorización por Tipo de Documento oficina de gestión de la calidad .



Fuente: Autor.

Una vez obtenidos y clasificados los documentos encontrados en la página de SGC se realizaron reuniones con el líder de cada subárea, para revisar detalladamente cada uno de los documentos existentes y determinar de acuerdo con la actualidad del proceso y de la subárea las necesidades de actualización, creación o eliminación de los documentos. Después teniendo en cuenta los parámetros de prioridad para cada tipo de documento ya establecidos por la oficina de gestión de la calidad se definió la priorización de cada documento.

A continuación de la Tabla 5 a la Tabla 12 se consignan según la subárea los documentos a trabajar y sus necesidades de actualización, creación o eliminación, así como los documentos vigentes según corresponda a los cuales no se les realiza ninguna modificación. También se evidencia las prioridades de los distintos tipos de documentos y documentos:

Tabla 5
Diagnóstico Inicial Documentación Mercadeo

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización
Mercadeo	Organigrama		X			1
	Perfiles de Cargo					2
	Líder Creativo	X				2.1
	Directora de Mercado	X				2.2
	Community Manager				X	2.3
	WebMaster				X	2.4
	Auxiliar WebMaster				X	2.5
	Diseñador Gráfico		X			2.6
	Realizador Audiovisual		X			2.7
	Gestor de Contenidos			X		2.8
	Practicante Producción Audiovisual			X		2.9
	Practicante Comunicación Social			X		2.10
	Profesional en Comunicaciones				X	2.11
	Profesional en estrategia digital				X	2.12
	Caracterización de Procesos					3
	Caracterización de Procesos desarrollo de campañas publicitarias				X	3.1
	Caracterización de procesos Producción Audiovisual				X	3.2
	Caracterización de Procesos diseño de piezas gráficas				X	3.3
	Caracterización de procesos gestión de contenidos				X	3.4
	Caracterización de Procesos página web				X	3.5
	Caracterización de Procesos Mercadeo			X		3.6
	Caracterización de Procesos Gestión de Redes Sociales				X	3.7
	Indicadores				X	4
	Otros documentos de Mercadeo					5
	Procedimientos					
	Procedimiento de desarrollo de piezas y campañas				X	5.1
	Procedimiento de desarrollo de piezas gráficas				X	5.2
	Procedimiento de desarrollo de campañas publicitarias				X	5.3
	Procedimiento de desarrollo de nueva marca			X		5.4
	Procedimiento generación y divulgación de material audiovisual			X		5.5
Procedimiento de desarrollo de página web				X	5.6	
Procedimiento de Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución				X	5.7	
Procedimiento Gestión canal de YouTube				X	5.10	

Procedimiento Redes Sociales				X	5.11
Procedimiento de animación y entrevista audiovisual				X	5.12
Registros					
Registro plan de medios		X			5.8
Registro plan de mercadeo		X			5.9
Registro Brief piezas promocionales				X	5.13
Registro Brief campañas publicitarias				X	5.14
Registro Brief de identidad corporativa				X	5.15
Registro Brief de video para público externo		X			5.16
Registro Solicitud creación portal web				X	5.17
Registro seguimiento página web				X	5.18
Registro acta de reunión				X	5.19
Manual					
Manual de comunicaciones y mercadeo		X			5.20

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Mercadeo contará con un total de 41 documentos de los cuales es necesario actualizar 10, eliminar 4, crear 25 y 2 se encuentran en su versión vigente.

*Tabla 6
Diagnóstico Inicial Documentación Comercial Nacional.*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización	
Comercial Nacional	Organigrama		X			1	
	Perfiles de Cargo					2	
	Ejecutivo comercial de cirugía			X		2.1	
	Ejecutivo comercial de servicios ambulatorios			X		2.2	
	Ejecutivo comercial hospitalario			X		2.3	
	Embajador comercial			X		2.4	
	Coordinador de cotizaciones		X			2.5	
	Liquidador de cotizaciones		X			2.6	
	Profesional de cotizaciones		X			2.7	
	Administrador del sistema		X			2.8	
	Analista de convenios		X			2.9	
	Analista senior de convenios					X	2.10
	Auxiliar de convenios		X				2.11
	Capacitador de convenios					X	2.12
Coordinador administrativo de convenios		X				2.13	

Médico de convenios				X	2.14
Químico farmacéutico		X			2.15
Director comercial		X			2.16
Coordinador de representantes de servicios				X	2.17
Especialista de producto Qx privados				X	2.18
Gestor de información				X	2.19
Representante de servicios				X	2.20
Coordinador cuidamos vidas				X	2.21
Auxiliar de gestión de enlace				X	2.22
Caracterización de Procesos					3
Caracterización de Procesos convenios		X			3.1
Caracterización de Procesos Cotizaciones		X			3.2
Caracterización de Procesos Comercial Nacional		X			3.3
Caracterización de Procesos cuidamos vidas				X	3.4
Indicadores					4
Otros documentos de Comercial Nacional					5
Procedimientos					
Procedimiento seguimiento a clientes	X				5.1
Procedimiento contratación con ERP		X			5.2
Procedimiento programa cuidamos vidas				X	5.3
Instructivos					
Instructivo desarrollo de cotizaciones				X	5.9
Registros					
Registro acta de reunión de convenios		X			5.4
Registro de miembros al programa cuidamos vidas				X	5.5
Registro solicitud de Inscripción para la Prestación de Servicios de Salud Nuevas Aseguradoras		X			5.6
Registro seguimiento a la Ejecución de Contratos con Monto Fijo Aseguradoras Estatales		X			5.7
Registro acta de relacionamiento comercial		X			5.8
Anexos					
Preguntas frecuentes cuidamos vidas				X	5.10

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Comercial Nacional contará con un total de 38 documentos de los cuales es necesario actualizar 18, eliminar 4, crear 15 y 1 se encuentra en su versión vigente.

*Tabla 7
Diagnóstico Inicial Documentación Prensa.*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización	
Prensa	Organigrama				X	1	
	Perfiles de Cargo						2
	Jefe de Prensa		X				
	Caracterización de Procesos						3
	Caracterización de Procesos Prensa				X		
	Indicadores					X	4
	Otros documentos de Prensa						5
	Procedimientos						
		Procedimiento Generación y Divulgación de Contenidos		X			5.1
	Registros						
		Registro Autorización Expresa del Uso de Información en Bases de Datos Para Gestión de Relaciones Públicas Entre el Titular y la FCV		X			5.2
		Registro Authorization Use of Personal Data		X			5.3
		Registro Autorización de Uso de Imagen Personal		X			5.4
		Registro Authorization for the Use of Personal Image		X			5.5
	Registro AUTORIZACIÓN DE USOS DE DATOS PERSONALES FCV		X			5.6	

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Prensa contará con un total de 10 documentos de los cuales es necesario actualizar 7, eliminar 0 y crear 3, en este caso no se encontró ningún documento en su versión vigente.

*Tabla 8
Diagnóstico Inicial Documentación Editorial Médica.*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización
	Organigrama				X	1

Editorial Médica	Perfiles de Cargo					2
	Editor Médico				X	
	Caracterización de Procesos					3
	Caracterización de Procesos Editorial Médica				X	
	Indicadores				X	4
	Otros documentos de Editorial Médica					5
	Procedimientos					
	Procedimiento Revista médica FCV				X	5.1
	Anexo					
	Indicaciones para la elaboración de artículos				X	5.2

Fuente: Autor

Así pues, la subárea de Editorial Médica contará con un total de 6 documentos de los cuales es necesario crear los 6 ya que no se encontró ningún tipo de documentación inicial.

*Tabla 9
Diagnóstico Inicial Documentación Oficina Internacional.*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización
Oficina Internacional	Organigrama		X			1
	Perfiles de Cargo					2
	Agente logístico Internacional		X			2.1
	Auxiliar de enfermería Internacional		X			2.2
	Coordinador Administrativo Internacional		X			2.3
	Coordinador Comercial Internacional		X			2.4
	Coordinador Logístico Internacional		X			2.5
	Jefe de enfermería oficina Internacional		X			2.6
	Médico general Internacional		X			2.7
	Directora Comercial Internacional				X	2.8
	Caracterización de Procesos					3
	Caracterización Servicios Internacionales	X				
	Indicadores				X	4
	Otros documentos de Oficina Internacional					5
	Procedimientos					
	Procedimiento Viáticos a Pacientes Internacionales	X				
Procedimiento Repatriación Paciente Internacional	X					

Procedimiento Protocolo de Manejo para paciente internacional durante Pandemia Covid19	X			
Procedimiento Recaudo de cartera de pacientes particulares y aseguradoras internacionales	X			
Instructivos				
Instructivo Cotizaciones Internacionales	X			
Instructivo Admisión de pacientes internacionales	X			
Instructivo Logística atención paciente internacional	X			
Registros				
Registro Certificación Médica para Traslado Aéreo - Paciente Fallecido	X			
Registro Consolidado de Entrega de Viáticos a Pacientes Internacionales	X			
Registro de Entrega de los Viáticos de Pacientes Internacionales	X			
Registro Hoja de Ruta Servicios Externos - Paciente Internacional	X			
Registro Control de Medicamentos - Paciente Internacional	X			
Registro Medications Control - International Patients	X			
Registro Lista de chequeo seguimiento logístico a pacientes internacionales	X			
Registro Autorización tratamiento de datos personales - Pacientes y acompañantes internacionales	X			
Registro Autorización tratamiento de datos personales - Pacientes y acompañantes internacionales	X			
Registro Consentimiento informado paciente ambulatorio internacional en época de pandemia COVID-19	X			
Registro Consentimiento informado paciente ambulatorio internacional en época de pandemia COVID-19	X			
Registro Relación logística pacientes internacionales	X			
Registro Control de glucometrías - Pacientes internacionales	X			
Registro Glucometry control (Blood sugar) - International patients	X			
Registro Acta de destrucción autorización para el tratamiento de datos personales - Pacientes internacionales	X			
Registro Encuesta de satisfacción de pacientes - Servicios de la oficina Internacional (Inglés)	X			
Registro Encuesta de satisfacción de pacientes - Servicios de la oficina Internacional (Español)	X			
Registro Préstamo de Equipos Biomédicos a pacientes internacionales - Concentrador de Oxígeno	X			
Registro Préstamo de cilindros de gases medicinales a pacientes internacionales	X			
Registro Préstamo de equipos biomédicos a pacientes internacionales: Concentrador de oxígeno	X			
Registro Préstamo de cilindros de gases medicinales	X			
Anexos				
Discharge Letter HIC	X			
Discharge Letter FCV	X			

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Oficina Internacional contará con un total de 41 documentos de los cuales es necesario actualizar 8, eliminar 0, crear 2, y 31 se encuentran en su versión vigente.

*Tabla 10
Diagnóstico Inicial Documentación Contact Center.*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización	
Contact Center	Organigrama		X			1	
	Perfiles de Cargo						2
	Líder de Contact Center		X			2.1	
	Supervisor de Contact Center		X			2.2	
	Agente de Contact Center		X			2.3	
	Caracterización de Procesos						3
	Caracterización de Procesos Contact Center				X		
	Indicadores					X	4
	Otros documentos de Contact Center						5
	Procedimientos						
	Procedimiento Citas Médicas					X	5.1
	Procedimiento Apertura agenda a nuevos servicios					X	5.2
	Instructivos						
	Instructivo Protocolo recepción de llamadas					X	5.3
	Registros						
	Registro Check list proceso de desarrollos de promociones comerciales en los diferentes servicios que sean agendadas o informadas a través del contact center					X	5.7
	Registro Check List proceso de apertura de nuevos servicios de consulta externa para el Contact Center					X	5.8
	Anexos						
	Flujograma Apertura de Agenda en Nuevos Servicios					X	5.4
	Formato entrenamiento agente de Contact Center					X	5.5
Políticas Contact Center					X	5.6	

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Contact Center contará con un total de 14 documentos de los cuales es necesario actualizar 4, eliminar 0 y crear 10, en este caso no se encontró ningún documento en su versión vigente.

*Tabla 11
Diagnóstico Inicial Documentación Gestión Social.*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización	
Gestión Social	Organigrama		X			1	
	Perfiles de Cargo					2	
	Gerente Gestión Social				X	2.1	
	Ejecutiva Programas Sociales				X	2.2	
	Ejecutiva de Eventos				X	2.3	
	Secretaria Gestión Social		X			2.4	
	Caracterización de Procesos					3	
	Caracterización Gestión Social - Eventos	X				3.1	
	Caracterización Gestión Social - Donaciones	X				3.2	
	Indicadores				X	4	
	Otros documentos de Gestión Social					5	
	Procedimientos						
	Procedimiento Organización de Eventos Deportivos y Culturales			X			5.1
	Procedimiento Gestión de Donaciones			X			5.2
	Procedimiento Plan de Contingencia Ambiental ¼ de Maratón Ciudad de Bucaramanga			X			5.3
	Procedimiento Plan de Emergencia y Contingencia Carreras Atléticas			X			5.4
	Instructivos						
	Instructivo Guía para la realización de donaciones en efectivo	X					5.5
	Instructivo Guía para Donaciones en Especie					X	5.6
	Instructivo Guía para la Realización de Carreras Atléticas			X			5.7
	Instructivo Guía para la Aceptación de Patrocinadores			X			5.8
	Registros						
	Registro Planilla de Inscripción	X					5.9
Registro Guía de Implementos de Mantenimiento a Llevar a Eventos	X					5.10	
Registro Lista de Chequeo Gestión Social	X					5.11	
Registro Reporte de Ejecución Semanal de Ejecutivas	X					5.12	

Registro Reporte de Programación Semanal de Visitas de las Ejecutivas	X				5.13
Registro Autorización de envío de información-FCV		X			5.14
Registro Autorización de envío de información		X			5.15

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Gestión Social contará con un total de 23 documentos de los cuales es necesario actualizar 10, eliminar 0, crear 5 y 8 se encuentran en su versión vigente.

*Tabla 12
Diagnóstico Inicial Documentación Centro Regulador Hospitalario.*

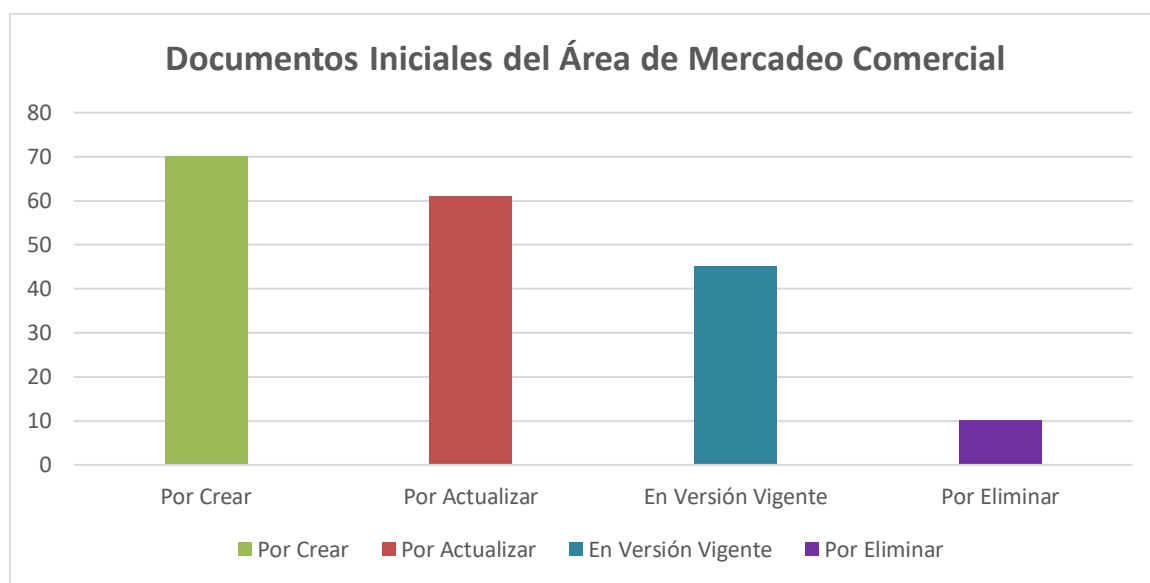
Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación	Priorización	
Centro Regulador Hospitalario	Organigrama		X			1	
	Perfiles de Cargo					2	
	Auxiliar de contra Referencia			X		2.1	
	Auxiliar de Referencia y Contra Referencia		X			2.2	
	Coordinador Operativo CRH		X			2.3	
	Gestor de Aceptación de pacientes		X			2.4	
	Supernumerario			X		2.5	
	Caracterización de Procesos					3	
	Caracterización Proceso CRH	X					
	Indicadores				X	4	
	Otros documentos de CRH					5	
	Procedimientos						
	Procedimiento Proceso de Referencia y Contra-Referencia	X					5.1
	Registros						
	Registro Formato de referencia ECMO Respiratorio FCV	X					5.2
	Registro Plantilla Aceptados Día a Día					X	5.3
	Registro Cuadro de Ambulancias					X	5.4
Registro Plantilla de Remisión Saliente					X	5.5	

Fuente: Autor.

Así pues, la subárea de Centro Regulator Hospitalario contará con un total de 13 documentos de los cuales es necesario actualizar 4, eliminar 2, crear 4 y 3 se encuentran en su versión vigente.

A continuación, se muestra en resumen el estado actual del SGC de acuerdo con las necesidades de actualización, creación, eliminación y los documentos en su versión vigente encontrados en el diagnóstico inicial.

Figura 10 Diagnóstico Inicial de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC

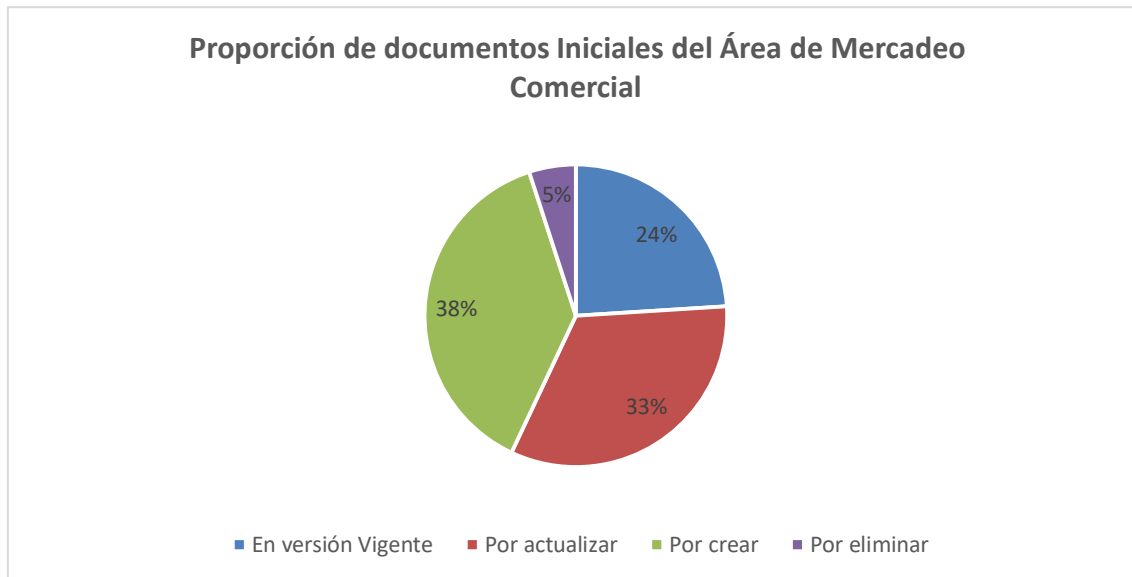


Fuente: Autor.

En total para el área de Mercadeo Comercial de la FCV, los documentos encontrados en su versión vigente son 45, es necesario actualizar 61, eliminar 10 y crear 70.

En la siguiente figura se muestra la proporción de cada una de las categorías mostradas en la figura anterior respecto a la totalidad de los documentos.

Figura 11 Proporción del diagnóstico Inicial de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC



Fuente: Autor.

Así de los 186 documentos en el área de Mercadeo Comercial un 24% se encuentran en su versión vigente, un 33% necesitan actualización, un 5% son por eliminar y es necesario crear un 38% de la documentación. Para un total de 141 documentos a trabajar.

Donde se puede concluir del diagnóstico inicial que el SGC del área de Mercadeo Comercial de la FCV presenta falencias en más de un 76% de los documentos.

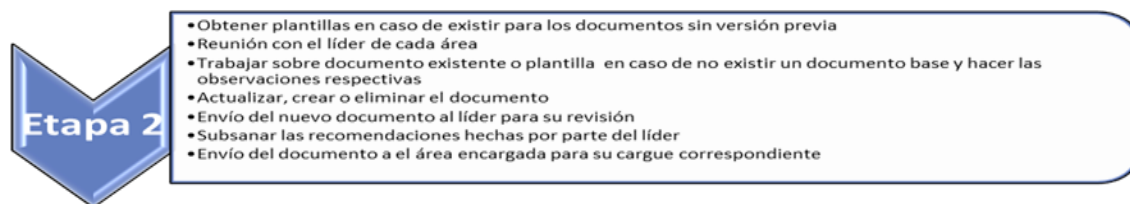
9.2 Actualización y Elaboración de la Documentación para el SGC

En total para el área de Mercadeo Comercial se trabajaron 126 documentos en cuanto a necesidades de actualización y elaboración se trata. Debido a que los documentos trabajados para el presente proyecto contienen información confidencial, se presentarán

muestras de los mismos por cada tipo de documento, los cuales se pueden consultar de forma detallada en el Anexo A, Anexo B, Anexo C y Anexo D, los demás documentos trabajados estarán consignados en la página del SGC de la FCV para consulta interna.

Para efectos prácticos e ilustrativos del desarrollo del presente proyecto se toma como ejemplo la subárea de mercadeo. El procedimiento de actualización y creación documental utilizado para esta subárea se hace conforme la Etapa 2 de la metodología propuesta en el capítulo 8 y que se muestra en la Figura 12, dicho procedimiento es aplicable para las demás subáreas que componen el área de mercadeo comercial.

Figura 12
Etapa 2



Fuente: Autor.

A continuación se presentará de forma detallada el procedimiento de actualización y/o creación para los documentos de organigrama, perfiles de cargo, caracterización de procesos, otros documentos (procedimiento, instructivo, registro, manual y anexo) e indicadores.

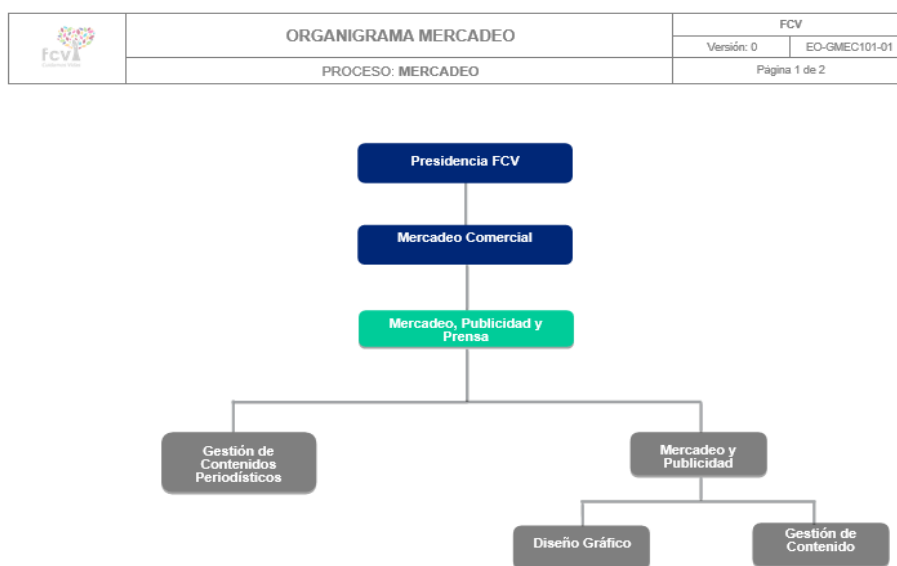
9.2.1 Organigrama

En total se trabajaron 8 Organigramas correspondientes a cada una de las 8 subáreas del área de Mercadeo Comercial. Para fines de ejemplificar el procedimiento adoptado,

en esta sección se expone el Organigrama de la subárea de Mercadeo, como se muestra a continuación:

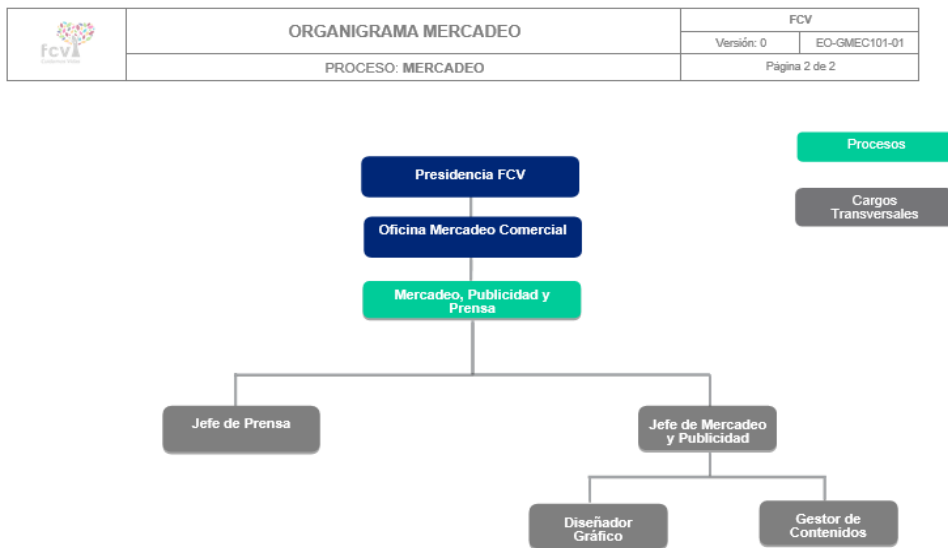
El organigrama inicial encontrado en la página del SGC de la FCV de la subárea de mercadeo es el siguiente:

Figura 13
Organigrama base por Equipos de trabajo Mercadeo.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Figura 14
Organigrama base por Cargos Mercadeo.

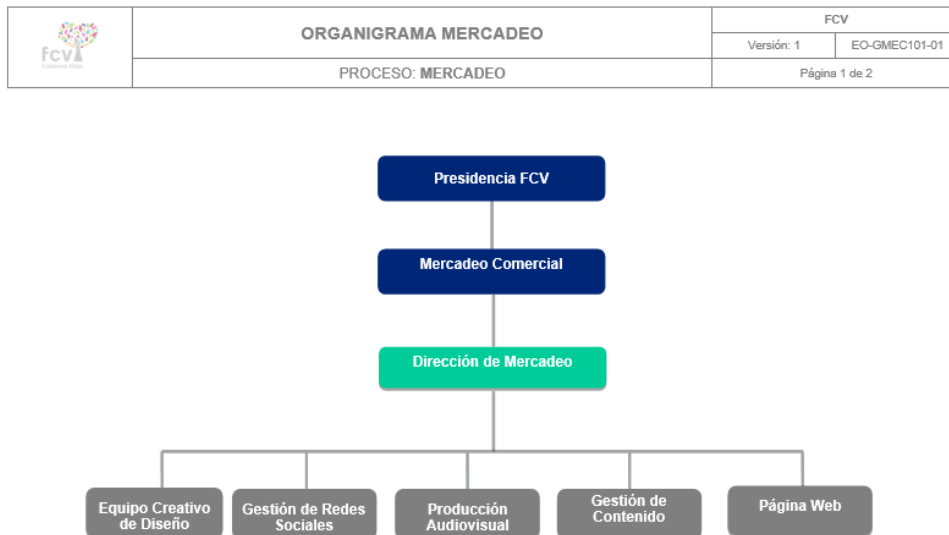


Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Una vez obtenido el documento base se realizó una reunión con la líder donde se identificó que las subáreas de mercadeo y prensa estaban integradas en una sola subárea, también se evidenció que la estructura de los equipos de trabajo y cargos no estaban bien definidos de acuerdo con la actualidad y los procesos.

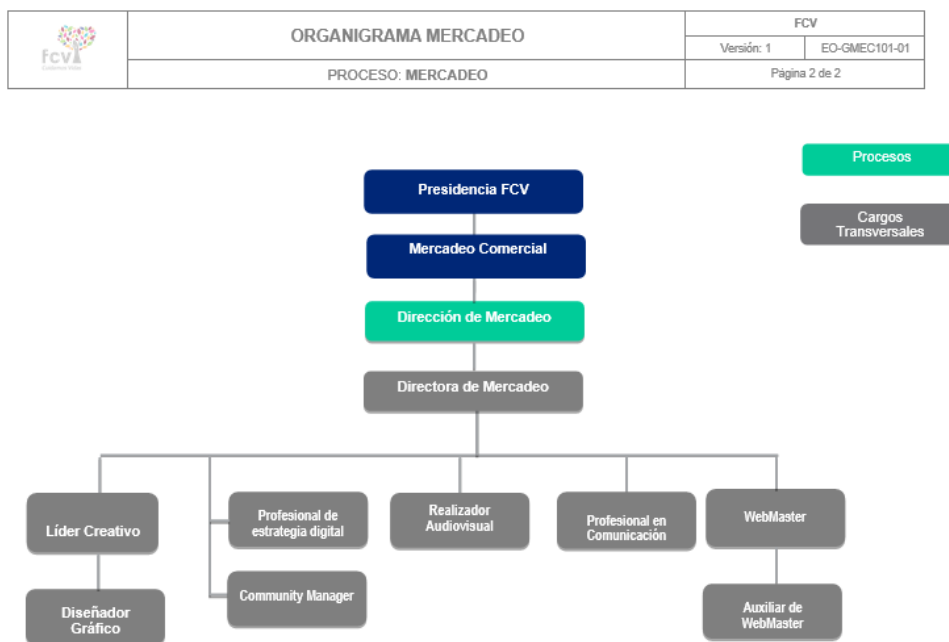
Después de la revisión con la líder y una vez consolidadas las observaciones obtenidas en la reunión se procede a realizar las modificaciones pertinentes al documento con el fin de subsanar dichas observaciones y generar un documento acorde a la actualidad y jerarquía propia de la subárea en cuestión. Documento que se muestra a continuación:

Figura 15
Organigrama Actualizado por Equipos de trabajo Mercadeo.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Figura 16
Organigrama Actualizado por Cargos Mercadeo.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia.

Para el caso específico de la subárea de mercadeo y como se aprecia en las figuras 15 y 16, se realizó una reestructuración total, ya que se independizó de la subárea de prensa, logrando así dejar las dos subáreas por separado. También se puede observar que se crearon cinco equipos de trabajo los cuales son:

- Equipo creativo de diseño
- Gestión de redes sociales
- Gestión de contenidos
- Producción audiovisual
- Página web

Estos equipos de trabajo anteriormente no estaban definidos, por lo que fue necesario hacerlo, puesto que cada uno cumple con un proceso diferente que al integrarse logran los objetivos de mercadeo.

También se ajustó el organigrama de cargos donde se encontraban solo dos cargos de los ocho que realmente están presentes en mercadeo, estableciendo la jerarquía de los mismos para así lograr definir el nivel real de funciones, responsabilidades y autoridad.

Finalmente, este y todos los documentos correspondientes a las Organigramas pertenecientes a cada subárea del área de mercadeo comercial se sometieron ante un comité conformado por el presidente de la FCV y los líderes de cada subárea para su aprobación final.

Una vez obtenida la aprobación final se envió la solicitud al SGC para el cargue del documento. A continuación, se puede evidenciar el documento Organigrama de Mercadeo publicado en la página del SGC.

Figura 17
Organigrama Mercadeo publicado en la página del SGC.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

9.2.2 Perfiles de Cargo

En total se actualizaron y crearon 45 Perfiles de Cargo para el área de Mercadeo Comercial de los cuales pertenecen a mercadeo 7, comercial nacional 18, prensa 1, editorial médica 1, oficina internacional 8, Contact center 3, gestión social 4 y centro regular hospitalario 3. El procedimiento adoptado se expone a continuación:

De acuerdo con el diagnóstico de la documentación previamente realizado consignado en la tabla 5, los perfiles de cargo a actualizar y crear en la subárea de mercadeo son:

Tabla 13
Perfiles de cargo a trabajar del área de Mercadeo.

Perfiles de Cargo	Actualización	Creación
Community Manager		X
WebMaster		X
Auxiliar WebMaster		X
Diseñador Gráfico	X	
Realizador Audiovisual	X	
Profesional en Comunicaciones		X
Profesional en estrategia digital		X

Fuente: Autor.

Para efectos del presente documento se mostrarán los resultados del perfil de cargo “WebMaster”, se toma como ejemplo este perfil de cargo, ya que no cuenta con un documento previo por lo que es necesaria su creación desde cero. El procedimiento utilizado a continuación es aplicable a los demás Perfiles de Cargo independientemente de la subárea y en caso de que se requiera una actualización se trabajara sobre el documento base.

Como se menciona en la metodología se trabaja el perfil de cargo teniendo en cuenta los parámetros establecidos en el procedimiento “Elaboración y Actualización Perfiles de Cargo” y en este caso de creación con la plantilla corporativa “Formato Perfil de Cargo”. Estos documentos están consignados en la página del SGC de la FCV y expuestos en las Figuras 18 y 19.

Figura 18
Documento Formato perfil de cargo

	PERFIL DE CARGO	FCV	
		Versión: 0	R-DPC104-01
PROCESO: PLANEACIÓN Y CALIDAD CORPORATIVA		Página 1 de 3	

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	
UE/VP	
Dirección/Área:	
Cargo Jefe Inmediato:	
Rol:	
2. MISIÓN DEL CARGO	
3. REQUISITOS DEL CARGO	
Nivel Educativo Certificado: Estudios a nivel básico, medio o superior que son requeridos (carrera, especialización o maestría).	
Experiencia:	
4. COMPETENCIAS	

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

Figura 19
Documento Elaboración y Actualización Perfiles de Cargo.

	ELABORACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE PERFILES DE CARGO	FCV	
		Versión: 0	P-DPC104-02
PROCESO: PLANEACIÓN Y CALIDAD CORPORATIVA		Página 1 de 7	

1. PROPÓSITO

Describir la metodología para la elaboración y actualización de perfiles de cargo de la FCV, con el fin de definir y unificar la forma en que estos se realizan para las diferentes áreas.

Este es un aspecto importante para la organización ya que da las pautas para los procesos de atracción y selección de personal, desarrollo de competencias, formación y evaluación de desempeño de los colaboradores. La gestión integral de estos sistemas y su articulación con el plan estratégico de la FCV influirán de manera positiva al logro de sus objetivos en la medida en que la organización contribuya continuamente al desarrollo y mejoramiento de las competencias de sus colaboradores, de tal manera que ellos puedan gestionar con acierto las diferentes responsabilidades asignadas al cargo.

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

La información requerida en el documento “Formato Perfil de Cargo” se muestra a continuación:

Figura 20
Información del formato de perfil de cargo.




Fuente: Autor.

La información anterior se diligencia teniendo en cuenta los parámetros definidos en el documento “Elaboración y Actualización Perfiles de Cargo” (ver Figura 19) y las observaciones descritas por la líder del área.

Una vez diligenciado el formato y con la aprobación de la líder se obtiene el documento Perfil de Cargo WebMaster acorde a la necesidad propia del área. En la figura 21 se presenta el encabezado y los tres primeros numerales del perfil de cargo creado:

Figura 21
Perfil de Cargo WebMaster

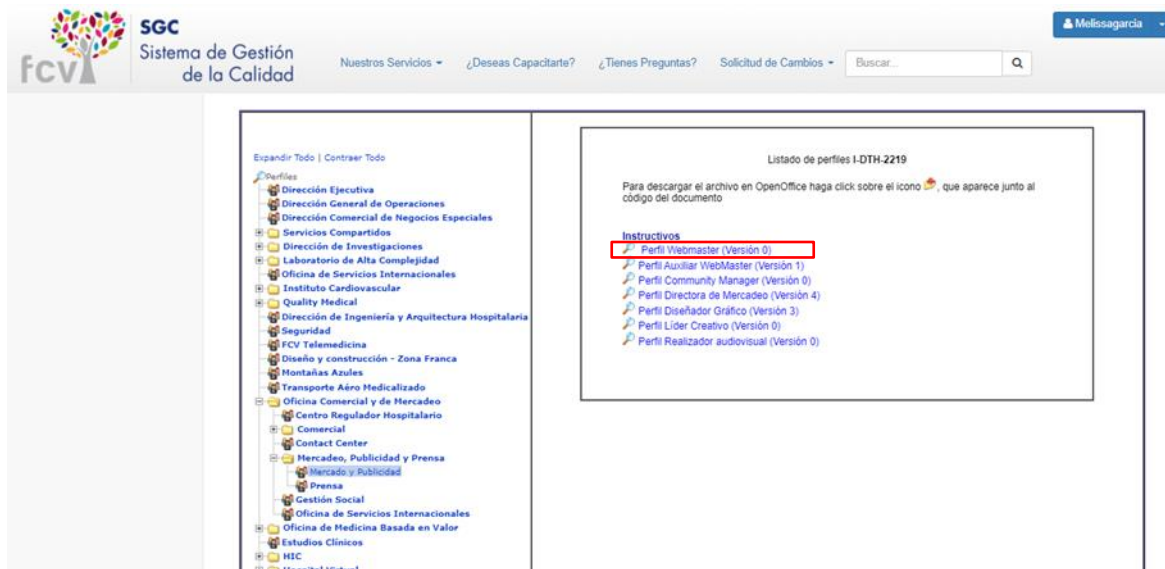
 PERFIL DE CARGO		FCV	
		Versión: 0	I-DTH-2219-8
PROCESO: PLANEACIÓN Y CALIDAD CORPORATIVA		Página 1 de 6	
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	WebMaster		
UE/VP	Mercadeo Comercial		
Dirección/Área:	Mercadeo / Página Web		
Cargo Jefe Inmediato:	Directora de Mercadeo		
Rol:	3		
2. MISIÓN DEL CARGO			
Responsable de planificar, diseñar, prototipar, desarrollar, administrar, optimizar y supervisar los portales web pertenecientes a las marcas del ecosistema de la FCV, cumpliendo con los lineamientos gráficos establecidos en el manual de marca y velar por el posicionamiento digital de los mismos.			
3. REQUISITOS DEL CARGO			
Nivel Educativo Certificado: <i>Estudios a nivel básico, medio o superior que son requeridos (carrera, especialización o maestría).</i>	Profesional Ingeniería de Sistemas, Diseño Gráfico y/o afines.		
Experiencia: mínima de 2 años en Puesta en marcha de sitios, Usabilidad, Navegabilidad, Sistemas operativos, redes, gestión del conocimiento e interfaz de usuario y administración de contenidos web, conocimientos de programación y posicionamiento (SEO y SEM) mediante la medición de métricas de Analítica Web. Así como Manejo de Joomla, WordPress, HTML, CSS y Javascript.			
4. COMPETENCIAS			
4.1. COMPETENCIAS INSTITUCIONALES			

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

El documento que contiene el perfil de cargo WebMaster creado para la subárea de Mercadeo se encuentra en el Anexo A.

Después se procede a enviar el documento “Perfil de cargo WebMaster” en su versión final vía correo electrónico a la Dirección de apoyos y servicios para su correspondiente cargue en la página del SGC como se muestra en la Figura 22.

Figura 22
Perfil de cargo WebMaster publicada en la página SGC.



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

9.2.3 Caracterización de Procesos

En total se actualizaron y crearon 14 Caracterizaciones de procesos para el área de Mercadeo Comercial de las cuales pertenecen a mercadeo 7, comercial nacional 4, prensa 1, editorial médica 1 y contact center 1. El procedimiento adoptado se expone a continuación:

De acuerdo con el diagnóstico de la documentación previamente realizado y consignado en la tabla 5, las caracterizaciones de procesos a actualizar y crear en la subárea de mercadeo son:

Tabla 14
Caracterización de procesos a trabajar del área de Mercadeo.

Caracterización de Procesos	Actualización	Creación
-----------------------------	---------------	----------


Caracterización de Procesos desarrollo de campañas publicitarias		X
Caracterización de procesos Producción Audiovisual		X
Caracterización de Procesos diseño de piezas gráficas		X
Caracterización de procesos gestión de contenidos		X
Caracterización de Procesos página web		X
Caracterización de Procesos Mercadeo	X	
Caracterización de Procesos Gestión de Redes Sociales		X

Fuente: Autor.

Para efectos del presente documento se mostrarán los resultados de la creación documento “Caracterización de Procesos Desarrollo de Campañas Publicitarias”. El procedimiento utilizado a continuación es aplicable a las demás Caracterizaciones de Procesos independientemente de la subárea y en caso de que se requiera una actualización se trabajara sobre el documento base.

Al ser una creación no existe un documento previo, por lo tanto la elaboración de esta caracterización de procesos se realiza con a partir de la “Plantilla Caracterización de Procesos” consignado en la página del SGC de la FCV y expuesta en la siguiente Figura.

Figura 23
Plantilla Caracterización de Procesos.

	PROCESO: <NOMBRE DEL PROCESO>		FCV		
			Versión:	PC-<código>	
	Página 1 de 2				
OBJETIVO DEL PROCESO: (Resultado que se desea obtener con la ejecución del proceso. Debe iniciar con un verbo en infinitivo)			RESPONSABLE PROCESO: (Cargo con la responsabilidad de gestionar e integrar los elementos del proceso.)		
POLÍTICAS DEL PROCESO: (Relacionar la descripción de las políticas generales del proceso, diferentes a las establecidas en el Manual de Políticas FCV. Por favor asegúrese de haber leído y comprendido las Políticas FCV contenidas en el Manual y que directa o indirectamente puede tener relación con su proceso.)					
RECURSOS					
HUMANOS (Relacionar los cargos que son necesarios para la ejecución del proceso.)		INFRAESTRUCTURA (Relacionar los Equipos, maquinaria, herramientas y software que son requeridas para el desarrollo adecuado de las actividades del proceso.)		CONDICIONES DE TRABAJO (Relacionar las Condiciones ambientales requeridas para que el proceso se desarrolle eficientemente (temperatura, ruido, limpieza, ventilación, etc.) (Relacionar condiciones psicológicas, sociales y ambientales)	
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROCESO (Esta descripción debe aclarar la secuencia de las actividades del proceso teniendo en cuenta el ciclo PHVA, donde se describe que actividades del proceso son del Planear, del Hacer, Verificar y del Actuar, además de las interacciones existentes con otros procesos de la organización; se debe identificar el proceso proveedor y las entradas que entrega, las actividades y sus responsables (cargos) y las salidas o productos para sus respectivos procesos clientes (cargos u otros procesos).)					
Proceso Proveedor (Quién)	Entrada (Qué entra)	Actividades	Responsable	Salida (Qué entrega)	Proceso Cliente (A quién)
		P			
		H			
		V			

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

La información requerida en el documento “Caracterización de Procesos” se muestra a continuación:

- Objetivo del proceso
- Políticas del proceso
- Recursos
- Descripción de actividades del proceso
- Medición del proceso


Una vez obtenida la plantilla se realizó una reunión con la líder para obtener las observaciones e información necesaria. Teniendo en cuenta lo descrito por la líder se

diligenció la información de la plantilla, donde primero se estableció el objetivo del proceso de campañas publicitarias, se enunciaron seis políticas para el proceso, posterior se identificaron los recursos humanos, de infraestructura y condiciones de trabajo para la ejecución del proceso, después se describieron las actividades del proceso teniendo en cuenta el ciclo PHVA, allí mismo se plasmó el proceso proveedor y proceso clientes así como sus entradas, salidas y responsable de la actividad, por último se realizó la medición del proceso definiendo dos indicadores.

Después de diligenciado el formato y con la aprobación de la líder se obtiene el documento Caracterización de Procesos Desarrollo de Campañas Publicitarias.

Documento que se muestra a continuación:

Figura 24
Desarrollo de Campañas Publicitarias

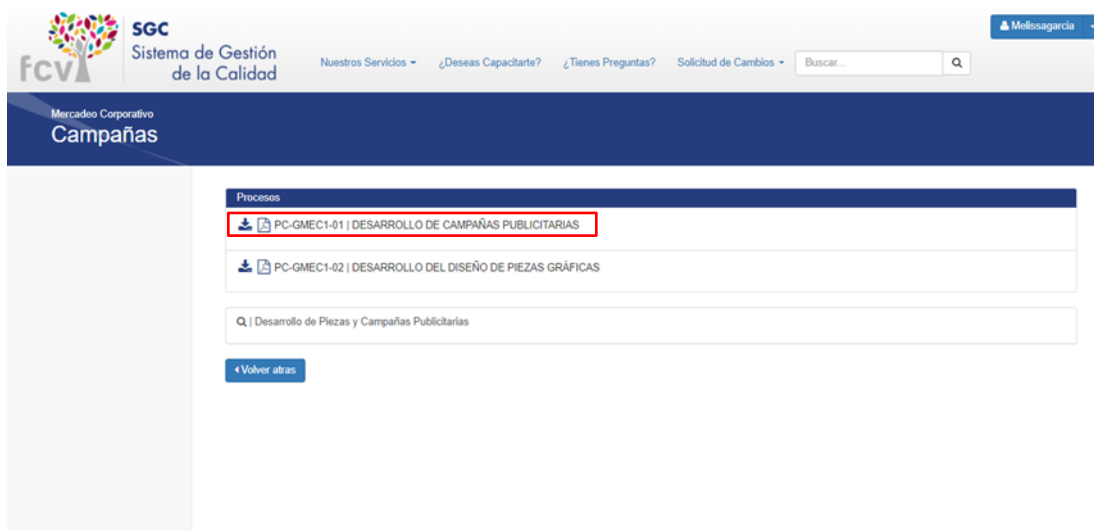
 PROCESO: DESARROLLO DE CAMPANAS PUBLICITARIAS		FCV	
		Versión: 0	PC-GMEC1-01
		Página 1 de 8	
OBJETIVO DEL PROCESO: Planear e implementar campañas publicitarias de forma estratégica, con el fin de lograr un reconocimiento y posicionamiento de los servicios de salud y las UEN del ecosistema FCV.		RESPONSABLE PROCESO: Directora de Mercadeo Equipo Creativo de Diseño	
POLÍTICAS DEL PROCESO:			
<p>A) La gestión del mercadeo de los servicios y/o UEN del ecosistema FCV deberá llevarse a cabo luego de la priorización y aprobación por parte del Comité de Mercadeo Comercial liderado por la presidencia. Esta priorización estará basada en los objetivos comerciales, plasmados en plan de mercadeo comercial, un análisis estratégico corporativo y la definición de objetivos de comunicación publicitaria.</p> <p>B) El área de Mercadeo será la responsable de mantener la uniformidad en el manejo de la imagen corporativa conforme a los manuales de marca desarrollados y aprobados por la Presidencia de la FCV para cada proceso, acorde con los objetivos promocionales de comunicación externa y de posicionamiento de la organización.</p> <p>C) El plan de mercadeo de servicios y/o UEN del ecosistema FCV deberá llevarse a cabo luego de definir sus características y aquellos aspectos diferenciadores que se esperan posicionar en la mente de los clientes que hacen parte de los segmentos de mercado objetivo, además del análisis de mercados, competencia y oportunidades, todos estos identificados y plasmados en el formato Brief de campaña publicitaria aprobado y realizado por el área solicitante.</p> <p>D) El área de Mercadeo será la encargada de aprobar las campañas publicitarias desarrolladas por los procesos siguiendo los lineamientos expuestos en los manuales de marca y objetivos de comunicación externa.</p> <p>E) En el cumplimiento de una publicidad responsable, todo anuncio publicitario realizado por la FCV deberá contener información únicamente de los servicios y/o UEN del ecosistema FCV, de una manera veraz que garantice la confianza y la credibilidad en el contenido presentado.</p> <p>F) El área de mercadeo será la encargada de generar y aprobar los contenidos de las campañas publicitarias previa revisión y aprobación del área involucrada.</p>			
RECURSOS			
HUMANOS	INFRAESTRUCTURA	CONDICIONES DE TRABAJO	
Directora de Mercadeo Diseñadores Gráficos Profesional en Comunicación Realizador Audiovisual WebMaster	Equipos de computo Equipos de telecomunicación Equipos de oficina Bienes muebles Software de diseño (Generalidad de los	Condiciones normales de ruido, iluminación, temperatura, ventilación, limpieza y buenas condiciones psicológicas, sociales y ergonómicas.	

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

En el Anexo B se encuentra el documento completo de *Caracterización de Proceso Desarrollo de Campañas Publicitarias*.

Una vez realizado el documento se envía a través de la página del SGC la solicitud de inclusión del documento “Desarrollo de Campañas Publicitarias” en su versión final para su correspondiente cargue como se muestra en la siguiente Figura.

Figura 25
Caracterización de Proceso Desarrollo de Campañas Publicitarias publicado en la página del SGC



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

9.2.4 Otros Documentos

En total para el área de Mercadeo Comercial se actualizaron y crearon 56 documentos clasificados en la categoría Otros Documento, dentro de la que se encuentran procedimientos 19, registros 26, anexos 5, instructivos 5 y manuales 1. De los cuales pertenecen a mercadeo 19, comercial nacional 9, prensa 6, editorial médica 2, contact

center 8, gestión social 9 y centro regulador hospitalario 3. El procedimiento adoptado se expone a continuación:

De acuerdo con el diagnóstico de la documentación previamente realizado y consignado en la tabla 5, los documentos clasificados dentro de “otros documentos” en la subárea de mercadeo son:

Tabla 15
Otros documentos a trabajar del área de Mercadeo.

Otros documentos de Mercadeo	Actualización	Creación
Procedimientos		
Procedimiento de desarrollo de piezas gráficas		X
Procedimiento de desarrollo de campañas publicitarias		X
Procedimiento de desarrollo de nueva marca	X	
Procedimiento generación y divulgación de material audiovisual	X	
Procedimiento de desarrollo de página web		X
Procedimiento de Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución		X
Procedimiento Gestión canal de YouTube		X
Procedimiento Redes Sociales		X
Procedimiento de animación y entrevista audiovisual		X
Registros		
Registro plan de medios	X	
Registro plan de mercadeo	X	
Registro Brief piezas promocionales		X
Registro Brief campañas publicitarias		X
Registro Brief de identidad corporativa		X
Registro Brief de video para público externo	X	
Registro Solicitud creación portal web		X
Registro seguimiento página web		X
Registro acta de reunión		X
Manual		
Manual de comunicaciones y mercadeo	X	

Fuente: Autor.

Para el caso de la creación de los documentos correspondientes a “otros documentos”, es decir cuando no se cuente con un documento previo, se utiliza los documentos “Plantilla Manual”, “Plantilla registro Word”, “Plantilla Instructivo” y “Plantilla

Procedimiento” según el tipo de documento a trabajar, dichas plantillas se encuentran consignadas en la página del SGC de la FCV y son expuestas en la Figura 26 a la Figura 29:

Figura 26
Plantilla Manual

	<NOMBRE DEL MANUAL>	FCV	
		Versión:	M-<código>
	PROCESO: <NOMBRE DEL PROCESO>	Página 2 de 4	

CONTENIDO

(Describa aquí la tabla de contenidos del Manual)

1. OBJETIVO DEL MANUAL

(Describa aquí el objetivo del Manual)

Ejemplo:

Es responsabilidad de la Dirección xxx asegurar la pertinencia, consistencia, efectividad del Manual mediante la revisión y/o actualización periódica, que garantice la implementación de políticas claras que ofrezcan lineamientos a la operación de la organización, necesarias para el control y minimización de riesgos inherentes de cada actividad.

2. PARTES INTERESADAS

(Describa aquí los grupos, áreas o personas interesadas en el objeto del presente manual)

Ejemplo:

Este manual se encuentra a disposición de la alta dirección (Asamblea General, Junta Directiva, Dirección General de Operaciones, Direcciones Corporativas, Directores GEN y Secretaría General), de la Dirección de Salud, de las Subgerencias Médicas de los IC y de todos los profesionales y/o colaboradores que conforman el cuerpo médico y el personal administrativo de la FCV, así como de todas las partes interesadas en el conocimiento y mejoramiento de los procesos de atención médica de la Institución.

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

Figura 27
Plantilla registro Word

	<NOMBRE DEL REGISTRO>	FCV	
		Versión:	R-<código>
	PROCESO: <NOMBRE DEL PROCESO>	Página 1 de 1	

NOTA: Recuerde que, para la elaboración y modificación de documentos, se deben seguir los lineamientos definidos en el procedimiento P-GCAL201-01 Gestión Documental.

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

Figura 28
Plantilla Instructivo

	<NOMBRE DEL DOCUMENTO>	FCV	
		Versión:	I-<código>
	PROCESO: <NOMBRE DEL PROCESO>	Página 1 de 1	

1. **PROPÓSITO**
(Definir el objetivo por el cual se documenta la actividad contenida en el instructivo. Iniciar con verbo en infinitivo)
2. **ALCANCE**
(Punto de partida y finalización de la descripción de actividades. También se debe identificar la población que puede intervenir en la ejecución de las actividades).
3. **DEFINICIONES**
(Describir el significado del vocabulario que sea importante aclarar y que aparece en la descripción de las actividades. Este deberá diligenciarse preferiblemente en orden alfabético.)
4. **DESCRIPCION DE ACTIVIDADES**
(Se describe la forma de llevar a cabo las actividades. Definir: quien, qué hace, cuándo, que información o resultados se transmiten y a quién se entrega. Los procedimientos e instructivos relacionados, deben nombrarse en esta descripción de actividades.
Esta descripción puede incluir o no un diagrama de flujo que ayude a la interpretación del instructivo según lo defina cada responsable del proceso).
5. **BIBLIOGRAFIA**
(Relacionar las referencias bibliográficas que se tuvieron en cuenta para la elaboración del documento. Estas se deben citar de la siguiente manera: Autor. Título: Subtitulo. Edición. Ciudad: Editor, Año de Publicación.
En caso de no tener referencias bibliográficas escribir N.A

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

Figura 29
Plantilla Procedimiento

	<NOMBRE DEL DOCUMENTO>	FCV	
	PROCESO: <NOMBRE DEL PROCESO>	Versión:	P-<código>
		Página 1 de 1	

1. **PROPÓSITO**
(Definir el objetivo por el cual se documentan las actividades contenidas en el procedimiento. Iniciar con verbo en infinitivo)
2. **ALCANCE**
(Identificar el inicio y fin del procedimiento, ¿A quién se afecta? ¿A qué áreas, servicios, o grupos incluye?.)
3. **RESPONSABLE**
(Definir el cargo responsable de gestionar el adecuado desarrollo del procedimiento)
4. **DEFINICIONES**
(Describir el significado del vocabulario que sea importante aclarar y que aparece en la descripción de las actividades. Este deberá diligenciarse preferiblemente en orden alfabético.)
5. **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**
(Se describe la forma de llevar a cabo las actividades. Definir: quien, qué hace, cuándo, que información o resultados se transmiten y a quién se entrega. Los procedimientos e instructivos relacionados, deben nombrarse en esta descripción de actividades.
Esta descripción puede incluir o no un diagrama de flujo que ayude a la interpretación del procedimiento según lo defina cada responsable del proceso)
6. **DOCUMENTOS Y REGISTROS RELACIONADOS**
(Citar los nombres y los códigos de los procedimientos, instructivos, registros y documentación externa utilizados.)

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

Para efectos del presente documento se mostrarán los resultados de la creación del documento “Procedimiento de Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución”.

Al no existir un documento previo, la elaboración del procedimiento se realiza con base en la “Plantilla Procedimiento” consignado en la página del SGC de la FCV y expuesto en la figura anterior.

La información que se muestra en la Figura 29 se diligencia teniendo en cuenta lo descrito por el líder del área y especificando el desarrollo de las actividades necesarias para lograr el resultado de generación de contenidos para los canales propios de la institución.

Se realizó una reunión con la líder para obtener las observaciones e información necesaria. Teniendo en cuenta lo descrito por la líder se creó el procedimiento “Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución”. En la figura 30 se presentan los cuatro primeros numerales y encabezado del procedimiento:

Figura 30

Procedimiento de Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución

	GENERACIÓN DE CONTENIDO PARA LOS CANALES PROPIOS DE LA INSTITUCIÓN	FCV	
		Versión:	P-GMEC701-01
PROCESO: MERCADEO		Página 1 de 4	

1. PROPÓSITO

Determinar las etapas que deben cumplirse dentro del proceso de Gestión de Contenidos para la correcta difusión del contenido informativo y publicitario en Pantallas internas, Video Wall, Páginas web, Redes sociales, E-mail Marketing y SMS-WhatsApp, de acuerdo con los objetivos, necesidades y expectativas de los Servicios y/o Unidades Estratégicas de Negocio del Ecosistema de Salud de la FCV.

2. ALCANCE

El presente procedimiento abarca desde la solicitud y/o identificación de una necesidad de publicidad de los servicios y/o UEN del Ecosistema FCV, hasta el envío del contenido final revisado y corregido para su difusión a través de canales propios de la institución.

3. RESPONSABLE

Profesional en Comunicación

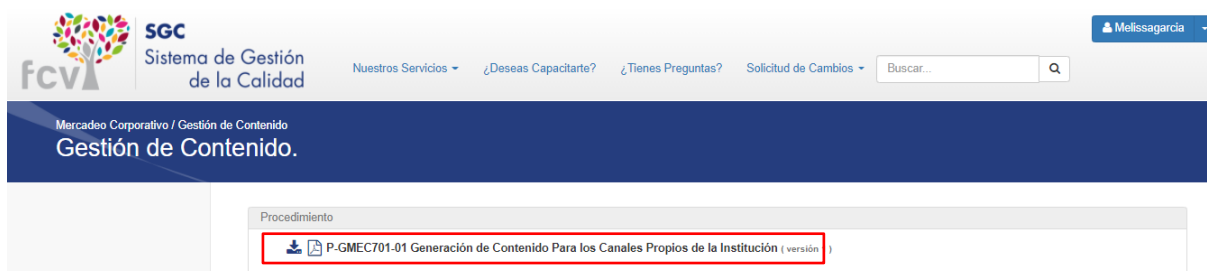
4. DEFINICIONES

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

El procedimiento Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución se encuentra en el Anexo C.

Ya consolidada toda la información necesaria se envió a través de la página del SGC la solicitud de inclusión del documento “Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución” en su versión final para su correspondiente cargue como se muestra en la siguiente Figura:

*Figura 31
Procedimientos Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución publicados en la página SGC*



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

En el caso de que alguno de los documentos contenidos en “otros documentos” requiera actualización y por lo tanto cuente con un documento base, no es necesaria la utilización de las plantillas mencionadas anteriormente, en este caso se procede a trabajar sobre el documento existente en compañía del líder del área y se realiza la metodología anteriormente mencionada.

9.2.5 Indicadores

En total se trabajaron 8 documentos de Indicadores correspondientes a cada una de las 8 subáreas del área de Mercadeo Comercial.

Para el caso de la creación de los documentos correspondientes a “indicadores”, es decir cuando no se cuente con un documento existente, se utiliza los documentos “Plantilla de tablero de mando integral “, dicha plantilla se solicita a la Dirección de apoyo y servicios y se muestra en la siguiente Figura.

Figura 32
Plantilla tablero de mando integral

Nombre Sede	Nombre Servicio	Nombre Indicador	Nombre del Proceso	Descripción	Clasificación	Atributo

Fuente: Autor.

En el caso de que se vaya a realizar una actualización en un documento de “Indicadores” no es necesario hacer la solicitud ni la utilización de la plantilla mencionada anteriormente, en este caso se procede a trabajar sobre el documento existente.

De acuerdo con el diagnóstico de la documentación previamente realizado y consignado en la tabla 5, los indicadores iniciales de la subárea de mercadeo se muestran a continuación:

Figura 33
Indicadores iniciales Mercadeo



Fuente: Autor.

Una vez realizado el diagnóstico inicial se cita a una reunión con el líder de la subárea para discutir cada aspecto clave contenido en la Plantilla tablero de mando integral, como los son: Nombre Sede, Nombre Servicio, Nombre Indicador, Nombre del Proceso, Descripción, Clasificación, Atributo, Propósito, Fórmula, Fuente, Valor meta, Valor Estándar Entre 1, Valor Estándar Entre 2, Valor Crítico, Forma de Cálculo, Frecuencia de cálculo, Unidades, Forma de evaluación, Responsable toma decisiones, Responsable generar indicador, Usuarios especiales, Historial Periodo, Valor Observado. Con el fin de consolidar la información precisa para cada uno de estos.

Después de la revisión con el líder del área y una vez consolidadas las observaciones obtenidas en la reunión se procede a realizar las modificaciones pertinentes con el fin de subsanar dichas observaciones y generar indicadores acordes a la actualidad y medidas de desempeño del área. En la figura 34 se presentan cuatro indicadores creados de la subárea de mercadeo:

Figura 34
Indicadores Finales Mercadeo

	Nombre Sede	Nombre Servicio	Nombre del Proceso	Nombre Indicador	Descripción	Clasificación	Atributo	Propósito	Fórmula	Fuente	Valor meta	Valor Est
1	Mercadeo comercial	Mercadeo	Mercadeo	Desarrollo de campañas publicitarias	Creación de concepto de campaña publicitaria para los diferentes medios de comunicación	Estratégico	Posicionamiento/obertura	Medir la ejecución de campañas creativas que cumplan con los objetivos de promoción y publicidad de las diferentes áreas de la FCV	Sumatoria de campañas publicitarias planeadas, ejecutadas y entregadas	Canales implementados para divulgación de campañas FCV	20	1
2	Mercadeo comercial	Mercadeo	Mercadeo	Diseño de Piezas Gráficas	Piezas gráficas elaboradas con base a líneas de comunicación predefinidas y manuales corporativos	Táctico	Efectividad	Medir el número de piezas gráficas desarrolladas para comunicar al público objetivo los servicios y productos ofertados por la FCV	Sumatoria de número de piezas publicitarias impresas o digitales diseñadas y entregadas	Canales implementados para divulgación de piezas gráficas FCV	350	3
3	Mercadeo comercial	Mercadeo	Mercadeo	Actividades de Generación de Contenidos para medios publicitarios	Generación de contenido informativo y publicitario para su difusión a través de canales propios de la institución	Operativo	Efectividad	Medir el número de actividades desarrolladas para generar contenido publicitario e informativo	Sumatoria de actividades para medios publicitarios e informativos FCV	Canales de comunicación propios de la institución	100	6
4	Mercadeo comercial	Mercadeo	Mercadeo	Número de portales Web Actualizados	Portales Web que contienen información actualizada de los servicios y/o Marcas del Ecosistema FCV	Táctico	Efectividad	Determinar la efectividad en la revisión y modificación del contenido actual en los diferentes portales Web	(Número de actualizaciones de portales web / Número de solicitudes de actualizaciones de portales web) *100	Portales Web	100%	80
5	Mercadeo comercial	Mercadeo	Mercadeo	Producción de Videos Audiovisuales	Videos elaborados que evidencian la calidad de los servicios y contribuyan con la promoción y comunicación de las diferentes marcas del ecosistema FCV	Táctico	Efectividad	Medir el número de Videos Audiovisuales realizados en el mes	Sumatoria de Número de videos informativos y publicitarios realizados	Canales implementados para divulgación de videos FCV	12	1
6												

Fuente: Autor.

En el Anexo D se muestra el documento que contiene los indicadores propuestos para la subárea de Mercadeo.

Como se observa en la figura anterior se crearon 9 indicadores para la subárea de mercadeo que permitirán medir el desempeño que realice cada equipo de trabajo. Dichos indicadores son: Desarrollo de Campañas Publicitarias, Diseño de Piezas Gráficas, Actividades de Generación de Contenidos para medios publicitarios, Número de Portales Web Actualizados, Producción de Videos Audiovisuales, Publicaciones en redes sociales, Crecimiento Seguidores en Redes Sociales, Gestión de Mensajes en Redes Sociales y Satisfacción del servicio del área.

Ya consolidada toda la información necesaria y con la aprobación de la líder se procede a enviar el documento “Indicadores Mercadeo” en su versión final vía correo

electrónico a la Dirección de apoyos y servicios para su correspondiente cargue, como se muestra en la siguiente Figura:

Figura 35
Indicadores Finales Mercadeo publicados en la página SGC



Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

9.2.6 Eliminación de la Documentación del SGC

En total para el área de Mercadeo Comercial se eliminaron 10 documentos. El procedimiento adoptado se expone a continuación:

Para el caso específico de eliminación de documentación del SGC y como ya se mencionó en la metodología, “para eliminar documentos de perfiles de cargo e indicadores se envía una solicitud de eliminación mediante correo electrónico a la Dirección de Apoyo y Servicios, en caso de que se requiera eliminar otro tipo de documento se envía la solicitud de eliminación a través de la página del SGC, en ambos

casos se especifica, tipo de documento, código del documento y el motivo de la eliminación”. A continuación, se muestra la solicitud de eliminación de un procedimiento por la página del SGC:

Figura 36
Solicitud de eliminación documento a través de la página SGC

Fuente: Fundación Cardiovascular de Colombia

En la siguiente tabla se muestra la cantidad de documentos que se eliminaron por cada subárea y tipo de documento.

Tabla 16
Documentos Eliminados

Sub-Área\ Tipo de Documento	Organigrama	Perfiles de Cargo	Caracterización de Procesos	Indicadores	Otros Documentos
Mercadeo	No Aplica	Gestor de Contenidos	No Aplica	No Aplica	Procedimiento de desarrollo de piezas y campañas
		Practicante Producción Audiovisual			
		Practicante Comunicación Social			
Comercial Nacional	No Aplica	Ejecutivo comercial de cirugía	No Aplica	No Aplica	No Aplica

		Ejecutivo comercial de servicios ambulatorios			
		Ejecutivo comercial hospitalario			
		Embajador comercial			
Prensa	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Editorial Médica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Oficina Internacional	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Contact Center	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Gestión Social	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Centro Regulador Hospitalario	No Aplica	Auxiliar de contra Referencia	No Aplica	No Aplica	No Aplica
		Supernumerario			

Fuente: Autor.

Como se evidenció la cantidad de documentos eliminados fueron: en mercadeo 4, comercial nacional 4 y centro regulador hospitalario 2.

9.3 Diagnóstico Final del Estado de la Información Documentada del SGC

El diagnóstico final del estado de la documentación se hace conforme la Etapa 3 de la metodología propuesta en el capítulo 8, tal y como se muestra en la siguiente Figura.

Figura 37
Etapa 3



Fuente: Autor.

Se realiza el diagnóstico final a través de una revisión de toda la información documental trabajada, contrastándola con el diagnóstico inicial con el fin de determinar el estado final de la documentación del SGC del área de mercadeo comercial.

Tabla 17
Diagnóstico Final Documentación Mercadeo

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Mercadeo	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Líder Creativo	X			
	Directora de Mercado	X			
	Community Manager	X			
	WebMaster	X			
	Auxiliar WebMaster	X			
	Diseñador Gráfico	X			
	Realizador Audiovisual	X			
	Profesional en Comunicaciones	X			
	Profesional en estrategia digital	X			
	Caracterización de Procesos				
	Caracterización de Procesos desarrollo de campañas publicitarias	X			
	Caracterización de procesos Producción Audiovisual	X			
	Caracterización de Procesos diseño de piezas gráficas	X			
	Caracterización de procesos gestión de contenidos	X			
	Caracterización de Procesos página web	X			
	Caracterización de Procesos Mercadeo	X			
	Caracterización de Procesos Gestión de Redes Sociales	X			
	Indicadores	X			
	Otros documentos de Mercadeo				
	Procedimientos				
	Procedimiento de desarrollo de piezas gráficas	X			
	Procedimiento de desarrollo de campañas publicitarias	X			
	Procedimiento de desarrollo de nueva marca	X			
	Procedimiento generación y divulgación de material audiovisual	X			
	Procedimiento de desarrollo de página web	X			
Procedimiento de Generación de Contenido Para los Canales Propios de la Institución	X				

Procedimiento Gestión canal de YouTube	X			
Procedimiento Redes Sociales	X			
Procedimiento de animación y entrevista audiovisual	X			
Registros				
Registro plan de medios	X			
Registro plan de mercadeo	X			
Registro Brief piezas promocionales	X			
Registro Brief campañas publicitarias	X			
Registro Brief de identidad corporativa	X			
Registro Brief de video para público externo	X			
Registro Solicitud creación portal web	X			
Registro seguimiento página web	X			
Registro acta de reunión	X			
Anexos				
Manual de comunicaciones y mercadeo	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Mercadeo se evidencia un estado documental 100% completo.

Tabla 18
Diagnóstico Final Documentación Comercial Nacional

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Comercial Nacional	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Coordinador de cotizaciones	X			
	Liquidador de cotizaciones	X			
	Profesional de cotizaciones	X			
	Administrador del sistema	X			
	Analista de convenios	X			
	Analista senior de convenios	X			
	Auxiliar de convenios	X			
	Capacitador de convenios	X			
	Coordinador administrativo de convenios	X			
	Médico de convenios	X			
	Químico farmacéutico	X			
	Director comercial	X			
	Coordinador de representantes de servicios	X			
Especialista de producto Qx privados	X				

Gestor de información	X			
Representante de servicios	X			
Coordinador cuidamos vidas	X			
Auxiliar de gestión de enlace	X			
Caracterización de Procesos				
Caracterización de Procesos convenios	X			
Caracterización de Procesos Cotizaciones	X			
Caracterización de Procesos Comercial Nacional	X			
Caracterización de Procesos cuidamos vidas	X			
Indicadores	X			
Otros documentos de Comercial Nacional				
Procedimientos				
Procedimiento seguimiento a clientes	X			
Procedimiento contratación con ERP	X			
Procedimiento programa cuidamos vidas	X			
Instructivos				
Instructivo desarrollo de cotizaciones	X			
Registros				
Registro acta de reunión de convenios	X			
Registro de miembros al programa cuidamos vidas	X			
Registro solicitud de Inscripción para la Prestación de Servicios de Salud Nuevas Aseguradoras	X			
Registro seguimiento a la Ejecución de Contratos con Monto Fijo Aseguradoras Estatales	X			
Registro acta de relacionamiento comercial	X			
Anexos				
Preguntas frecuentes cuidamos vidas	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Comercial Nacional se evidencia un estado documental 100% completo.

*Tabla 19
Diagnóstico Final Documentación Prensa*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Prensa	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				

Jefe de Prensa	X			
Caracterización de Procesos				
Caracterización de Procesos Prensa	X			
Indicadores	X			
Otros documentos de Prensa				
Procedimientos				
Procedimiento Generación y Divulgación de Contenidos	X			
Registros				
Registro Autorización Expresa del Uso de Información en Bases de Datos Para Gestión de Relaciones Públicas Entre el Titular y la FCV	X			
Registro Authorization Use of Personal Data	X			
Registro Autorización de Uso de Imagen Personal	X			
Registro Authorization For the Use of Personal Image	X			
Registro AUTORIZACIÓN DE USOS DE DATOS PERSONALES FCV	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Prensa se evidencia un estado documental 100% completo.

Tabla 20
Diagnóstico Final Documentación Editorial Médica

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Editorial Médica	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Editor Médico	X			
	Caracterización de Procesos				
	Caracterización de Procesos Editorial Médica	X			
	Indicadores	X			
	Otros documentos de Editorial Médica				
	Procedimientos				
	Procedimiento Revista médica FCV	X			
	Anexo				
	Indicaciones para la elaboración de artículos	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Editorial Médica se evidencia un estado documental 100% completo.

Tabla 21
Diagnóstico Final Documentación Oficina Internacional

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Oficina Internacional	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Agente logístico Internacional	X			
	Auxiliar de enfermería Internacional		X		
	Coordinador Administrativo Internacional	X			
	Coordinador Comercial Internacional	X			
	Coordinador Logístico Internacional	X			
	Jefe de enfermería oficina Internacional		X		
	Médico general Internacional		X		
	Directora Comercial Internacional				X
	Caracterización de Procesos				
	Caracterización Servicios Internacionales	X			
	Indicadores	X			
	Otros documentos de Oficina Internacional				
	Procedimientos				
	Procedimiento Viáticos a Pacientes Internacionales	X			
	Procedimiento Repatriación Paciente Internacional	X			
	Procedimiento Protocolo de Manejo para paciente internacional durante Pandemia Covid19	X			
	Procedimiento Recaudo de cartera de pacientes particulares y aseguradoras internacionales	X			
	Instructivos				
	Instructivo Cotizaciones Internacionales	X			
	Instructivo Admisión de pacientes internacionales	X			
	Instructivo Logística atención paciente internacional	X			
	Registros				
	Registro Certificación Médica para Traslado Aéreo - Paciente Fallecido	X			
	Registro Consolidado de Entrega de Viáticos a Pacientes Internacionales	X			
	Registro de Entrega de los Viáticos de Pacientes Internacionales	X			
	Registro Hoja de Ruta Servicios Externos - Paciente Internacional	X			
	Registro Control de Medicamentos - Paciente Internacional	X			
	Registro Medications Control - International Patients	X			
	Registro Lista de chequeo seguimiento logístico a pacientes internacionales	X			
	Registro Autorización tratamiento de datos personales - Pacientes y acompañantes internacionales	X			

Registro Autorización tratamiento de datos personales - Pacientes y acompañantes internacionales	X			
Registro Consentimiento informado paciente ambulatorio internacional en época de pandemia COVID-19	X			
Registro Consentimiento informado paciente ambulatorio internacional en época de pandemia COVID-19	X			
Registro Relación logística pacientes internacionales	X			
Registro Control de glucometrías - Pacientes internacionales	X			
Registro Glucometry control (Blood sugar) - International patients	X			
Registro Acta de destrucción autorización para el tratamiento de datos personales - Pacientes internacionales	X			
Registro Encuesta de satisfacción de pacientes - Servicios de la oficina Internacional (Inglés)	X			
Registro Encuesta de satisfacción de pacientes - Servicios de la oficina Internacional (Español)	X			
Registro Préstamo de Equipos Biomédicos a pacientes internacionales - Concentrador de Oxígeno	X			
Registro Préstamo de cilindros de gases medicinales a pacientes internacionales	X			
Registro Préstamo de equipos biomédicos a pacientes internacionales: Concentrador de oxígeno	X			
Registro Préstamo de cilindros de gases medicinales	X			
Anexos				
Discharge Letter HIC	X			
Discharge Letter FCV	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Oficina Internacional se evidencia un estado documental 90% completo, faltando crear 1 perfil de cargo y actualizar 3.

*Tabla 22
Diagnóstico Final Documentación Contact Center*

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Contact Center	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Líder de Contact Center	X			
	Supervisor de Contact Center	X			
	Agente de Contact Center	X			
	Caracterización de Procesos				
	Caracterización de Procesos Contact Center	X			
	Indicadores	X			
	Otros documentos de Contact Center				

Procedimientos				
Procedimiento Citas Médicas	X			
Procedimiento Apertura agenda a nuevos servicios	X			
Instructivos				
Instructivo Protocolo recepción de llamadas	X			
Registros				
Registro Check list proceso de desarrollos de promociones comerciales en los diferentes servicios que sean agendadas o informadas a través del contact center	X			
Registro Check List proceso de apertura de nuevos servicios de consulta externa para el Contact Center	X			
Anexos				
Flujograma Apertura de Agenda en Nuevos Servicios	X			
Formato entrenamiento agente de Contact Center	X			
Políticas Contact Center	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Contact Center se evidencia un estado documental 100% completo.

Tabla 23
Diagnóstico Final Documentación Gestión Social

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Gestión Social	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Gerente Gestión Social	X			
	Ejecutiva Programas Sociales	X			
	Ejecutiva de Eventos	X			
	Secretaria Gestión Social		X		
	Caracterización de Procesos				
	Caracterización Gestión Social - Eventos	X			
	Caracterización Gestión Social - Donaciones	X			
	Indicadores	X			
	Otros documentos de Gestión Social				
	Procedimientos				
	Procedimiento Organización de Eventos Deportivos y Culturales	X			
	Procedimiento Gestión de Donaciones	X			
	Procedimiento Plan de Contingencia Ambiental ¼ de Maratón Ciudad de Bucaramanga	X			

Procedimiento Plan de Emergencia y Contingencia Carreras Atléticas	X			
Instructivos				
Instructivo Guía para la realización de donaciones en efectivo	X			
Instructivo Guía para Donaciones en Especie	X			
Instructivo Guía para la Realización de Carreras Atléticas	X			
Instructivo Guía para la Aceptación de Patrocinadores	X			
Registros				
Registro Planilla de Inscripción	X			
Registro Guía de Implementos de Mantenimiento a Llevar a Eventos	X			
Registro Lista de Chequeo Gestión Social	X			
Registro Reporte de Ejecución Semanal de Ejecutivas	X			
Registro Reporte de Programación Semanal de Visitas de las Ejecutivas	X			
Registro Autorización de envío de información-FCV	X			
Registro Autorización de envío de información	X			

Fuente: Autor.

En la subárea de Gestión Social se evidencia un estado documental 96% completo.

Faltando actualizar 1 perfil de cargo.

Tabla 24

Diagnóstico Final Documentación Centro Regulador Hospitalario

Subárea	Tipo de documento	Vigente	Actualización	Eliminación	Creación
Centro Regulador Hospitalario	Organigrama	X			
	Perfiles de Cargo				
	Auxiliar de Referencia y Contra Referencia	X			
	Coordinador Operativo CRH	X			
	Gestor de Aceptación de pacientes	X			
	Caracterización de Procesos				
	Caracterización Proceso CRH	X			
	Indicadores	X			
	Otros documentos de CRH				
	Procedimientos				
	Procedimiento Proceso de Referencia y Contra-Referencia	X			
	Registros				

Registro Formato de referencia ECMO Respiratorio FCV	X			
Registro Plantilla Aceptados Día a Día	X			
Registro Cuadro de Ambulancias	X			
Registro Plantilla de Remisión Saliente	X			

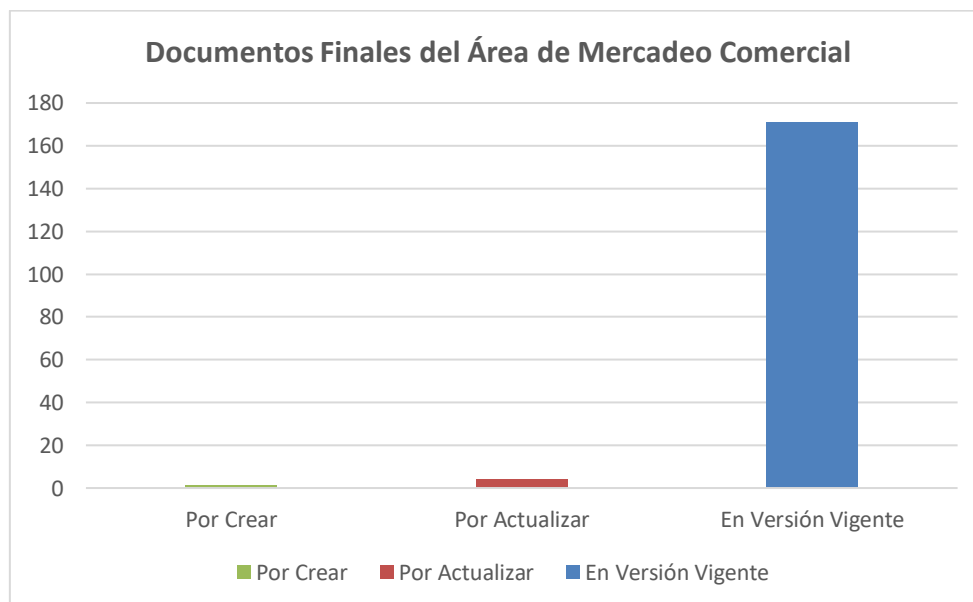
Fuente: Autor.

En la subárea de Centro Regulador Hospitalario se evidencia un estado documental 100% completo.

En la siguiente figura se muestra el resumen del estado final de los documentos del área de mercadeo comercial en el SGC.

Figura 38

Diagnóstico Final de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC

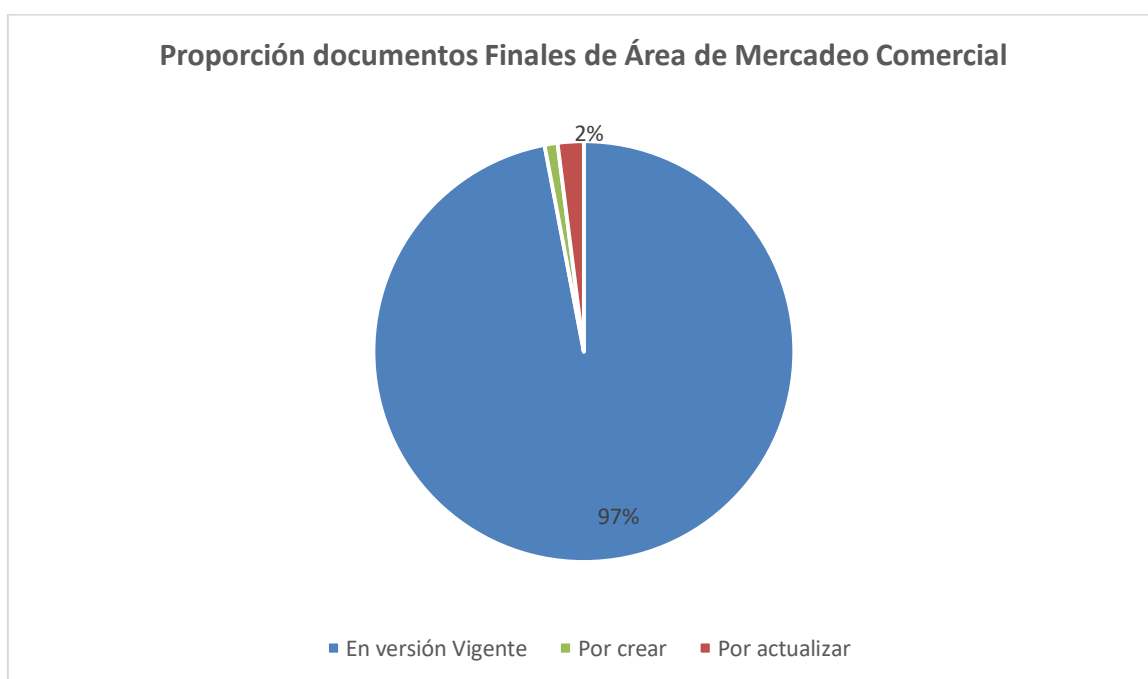


Fuente: Autor.

En total para el área de Mercadeo Comercial de la FCV, los documentos vigentes son 171, es necesario actualizar 4, eliminar 0 y crear 1.

En la siguiente figura se muestra la proporción de cada una de las categorías mostradas en la figura anterior respecto a la totalidad de los documentos.

Figura 39
Proporción del diagnóstico Final de los documentos del área Mercadeo Comercial en el SGC



Fuente: Autor.

Así de los 176 documentos existentes en el área de Mercadeo Comercial un 97% se encuentran vigentes, un 2% necesitan actualización, un 0% son obsoletos y es necesario crear un 1% de la documentación.

Donde se puede concluir que según el diagnóstico final la documentación del SGC del área de Mercadeo Comercial pasó de tener una vigencia del 24% al 97% y falencias del 76% al 3%.

Capítulo 10

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

A partir del diagnóstico inicial hecho al área de Mercadeo Comercial se evidenció el estado inicial de la documentación en el sistema de gestión de calidad, el cual se encontraba en un 33% desactualizado, en un 5% con documentos por eliminar, en un 38% con la necesidad de creación de nuevos documentos y tan solo con un 24% de documentos en su versión vigente. Por lo tanto más del 76% de los documentos se encontraban con falencias.

Se actualizó la documentación correspondiente al SGC de la FCV acorde a la actualidad de las subáreas, lo que permite mejorar y optimizar los distintos procesos involucrados. De los 136 documentos trabajados se actualizaron 57 documentos, eliminaron 10 y se crearon 69.

Se actualizaron y crearon 8 Organigramas, 40 perfiles de cargo, 14 caracterizaciones de procesos, 8 indicadores y 56 documentos pertenecientes a la categoría otros documentos. También se eliminaron 9 perfiles de cargo y 1 documento perteneciente a la categoría otro documento.

Al realizar el diagnóstico final del estado de la documentación del sistema de gestión de la calidad en el área de mercadeo comercial, como evidencia de lo desarrollado a lo largo de la práctica empresarial, se obtuvo que la documentación vigente aumentó del 24% al 97% y por otro lado la documentación con falencias disminuyó del 76% al 3%.

Se definió una metodología robusta en donde se tuvieron en cuenta las distintas particularidades propias de cada subárea perteneciente al área de mercadeo comercial, la cual permitió fortalecer los documentos requeridos. Esta metodología puede ser usada en futuros procesos de gestión documental y también es escalable a distintas áreas, subáreas y equipos de trabajo, siempre y cuando se definan las particularidades propias para cada caso.

Recomendaciones

Definir e implementar una periodicidad para la revisión de los de los documentos existentes en la página SGC para poder determinar si requieren modificaciones y efectuarlas, para mantener vigente la documentación de acuerdo con las necesidades de los procesos.

Generar un mecanismo de reinducción dirigido a los colaboradores del área de mercadeo comercial para que conozcan los documentos que se encuentran en la página SGC.

Lista de Referencias

- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M. J., Gismano, Y., & Banchieri, L. (2007). *FUNCIONES DE LA ADMINTACIÓN TEORÍA Y PRÁCTICA*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Castellanos Navas, C. P. (2016). *ALEJANDRIA UPB*. Obtenido de ALEJANDRIA UPB: https://biblioteca.bucaramanga.upb.edu.co/docs/digital_33920.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (s.f). *DNP*. Obtenido de DNP: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Guia_para_elaborar_I ndicadores.pdf
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de fcv: <https://www.fcv.org/co/somos-fcv/mision-y-vision>
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de <http://www.fcv.org/pdf/>
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de fcv: <http://www.fcv.org/libro/diez.html>
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de fcv: <http://www.fcv.org/site/investigacion/unidad-de-estudios-clinicos/nuestros-estudios-clinicos/32-fcv/acerca-de-la-fcv/acerca-de-la-fcv/14-historia>
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de fcv: <http://www.fcv.org/site/acerca-de-la-fcv/filosofia-corporativa/valores-corporativos>
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de fcv: <https://www.fcv.org/co/somos-fcv/objetivos-estrategicos>
- Fundación Cardiovascular de Colombia. (s.f). *fcv*. Obtenido de fcv: <https://www.fcv.org/co/somos-fcv/quienes-somos>
- ICONTEC. (22 de Diciembre de 2005). *usco*. Obtenido de usco: <https://www.usco.edu.co/contenido/ruta-calidad/documentos/anexos/65-NTC%20ISO%209000-2005.pdf>
- ISO. (2015). *Cucsur*. Obtenido de Cucsur: http://www.cucsur.udg.mx/sites/default/files/iso_9001_2015_esp_rev.pdf
- Meskovska, A. (s.f). *advisera*. Obtenido de *advisera*.: <https://advisera.com/9001academy/es/knowledgebase/como-estructurar-la-documentacion-del-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Nueva ISO. (2014). *Nueva ISO*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2014/11/iso-9001-documentacion/>
- Russo, P. (2009). *Gestión documental de las organizaciones*. Barcelona: UOC.
- Sanabria, V. (25 de Enero de 2018). *larepublica*. Obtenido de *larepublica*: <https://www.larepublica.net/noticia/importancia-del-diseno-de-la-estructura-organizacional>
- Sandoval Cañizares, W. J. (2 de Julio de 2019). *REPOSITORIO UTS*. Obtenido de REPOSITORIO UTS: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/86/R-DC-95%20Plantilla%20Informe%20Final%20Proyecto%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Desarrollo%20Tecnol%C3%B3gico%20Practicas.WEND.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Torres, G. (15 de Junio de 2017). *Global Solution*. Obtenido de Global Solution:
<https://bsc-global.org/la-caracterizacion-aspecto-clave-la-gestion-procesos/>
- Torres, I. (2020). *iveconsultores*. Obtenido de <https://iveconsultores.com/caracterizacion-de-procesos/#:~:text=La%20caracterizaci%C3%B3n%20de%20procesos%20se,un%20principio%20y%20un%20final>.
- Universidad Cooperativa de Colombia. (s.f). *UCC*. Obtenido de UCC:
<https://www.ucc.edu.co/sistema-gestion-integral/Paginas/sistema-gestion-calidad.aspx>
- UNIVERSIDAD DE CHILE. (s.f). *uchile*. Obtenido de uchile:
<https://www.uchile.cl/portal/presentacion/prorrectoria/direccion-de-recursos-humanos/proyecto-perfiles-de-cargo/169816/que-es-un-perfil-de-cargo>

Anexos

ANEXO A. Perfil de Cargo WebMaster

ANEXO B. Caracterización de Procesos Desarrollo de Campañas Publicitarias

ANEXO C. Procedimiento Generación de Contenido Para los Canales Propios de la
Institución

ANEXO D. Indicadores Mercadeo