

5) PROCESOS Y CLIENTES/CIUDADANOS

5a) Se diseñan, gestionan y mejoran los procesos conforme a la estrategia

1.- Definir, revisar, documentar, comunicar y formar a las personas en los procesos de la organización, estableciendo y difundiendo los procedimientos de trabajo; manteniéndolos actualizados y disponibles.

En el año 2006 nuestra dependencia **definió** los procesos y procedimientos de cada departamento, creando para su **documentación y control** el Sistema de Gestión de Calidad (Auditorías Internas y Control de Documentos) siendo éste el instrumento para llegar a la certificación de la Norma ISO 9001-2000. En todas las sesiones de trabajo que se tienen con el personal docente y administrativo, se **comunica** la Filosofía Organizacional de nuestra dependencia. Una vez al año, cada departamento o área **revisa y actualiza sus procedimientos de trabajo, difundiéndolos** con las partes interesadas de la dependencia.

2.- Identificar las principales actividades o procesos productivos, definiendo quién, cómo, cuándo debe de prestarlos y documentándolos suficientemente para garantizar que se hacen correctamente.

La dependencia **define** una estructura organizacional (Figura 1) en el que se establecen los departamentos o áreas, los cuales establecen sus procesos de acuerdo a la naturaleza de sus funciones y responsabilidades; **comunicándolos** mediante manuales de procedimientos, calendario de actividades, planes de trabajo y minutas de reunión.

Procesos principales	Descripción	Actividades principales.	Frec	Responsable
Académicos.	Este proceso se realiza de manera colegiada y bajo una planeación, a través de las siete actividades principales propiciando en su conjunto a un análisis y seguimiento de resultados.	1 Enseñanza – aprendizaje.	Durante el semestre.	Secretaría Académica.
		2 Diseño de planes y programas de estudio del área técnica	Según lineamientos del Diseño y Rediseño.	Secretaría Académica.
		3 Evaluación docente.	Al finalizar el semestre.	Subdirección Académica.
		4 Programa de Asesorías.	Durante el semestre.	Secretaría Académica.
		5 Programa de Tutorías.	Permanente.	Depto. Tutorías.
		6 Programa de Orientación.	Durante el semestre.	Depto. Orientación.
		7 Diseño de materiales didácticos	Previo al inicio del semestre.	Secretaría Académica.
Administrativos.	Este proceso se realiza de manera participativa e interactiva, como apoyo al proceso académico y se realiza a través de las ocho actividades principales, propiciando en su conjunto a un análisis y seguimiento de resultados.	1 Proyección presupuestal.	Anual.	Dirección, RH y RF.
		2 Contratación de personal con perfil idóneo.	Durante el semestre.	Depto. Recursos Humanos.
		3 Capacitación y desarrollo.	Durante el semestre.	Depto. CDH.
		4 Proceso de asignación de espacios.	Anual.	Servicios Escolares.
		5 Inscripciones y reinscripciones.	Anual y Semestral.	Servicios Escolares.
		6 Programa de Becas.	Semestral.	Subdirección Administrativa.
		7 Reproducción y distribución de materiales didácticos.	Durante el semestre.	Depto. Tipografía y emisión.
		8 Automatización de la revisión de exámenes.	Durante el semestre.	Depto. Tipografía y emisión.

Tabla 74 - principales actividades o procesos productivos

3.- Establecer de forma sistemática una metodología para el diseño, la gestión, la medida y la mejora de los procesos, orientados a aumentar el valor percibido por clientes/ciudadanos y grupos de interés

El Método de Diseño o modificación de los procesos (Figura 5) así como el Proceso de Diseño y Rediseño de Programas de Bachillerato Técnico (Figura 6), nos garantizan la flexibilidad de los procesos, para dar respuesta de manera ágil, a los cambios del

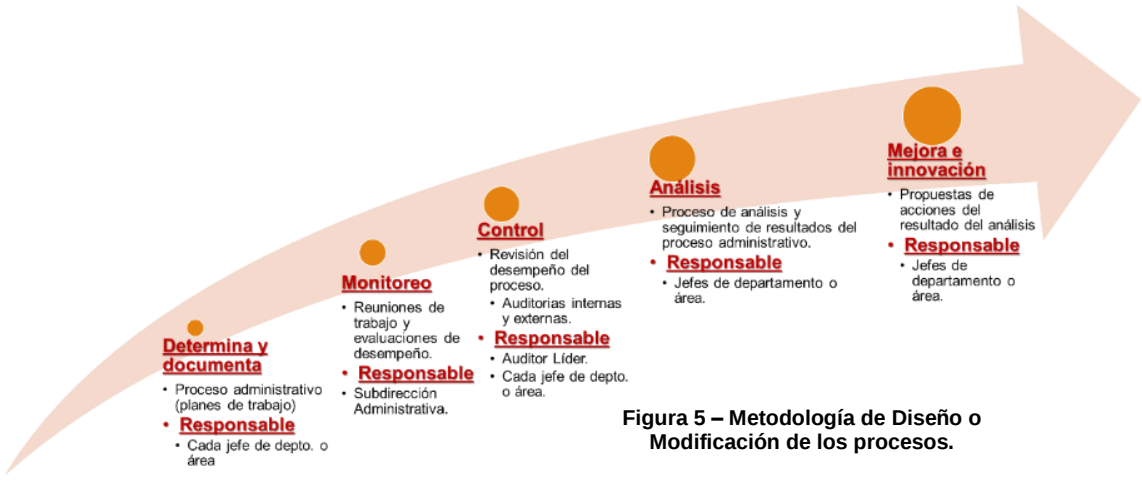


Figura 5 – Metodología de Diseño o Modificación de los procesos.

entorno. Durante el semestre, determinamos y documentamos los requerimientos y responsabilidades para la gestión, monitoreo, control, análisis, mejora e innovación de los procesos académicos. La metodología para el diseño del proceso administrativo (Figura 5), nos permite determinar la mejora de los procesos orientados a aumentar la satisfacción de nuestros clientes/ciudadanos y grupos de interés.

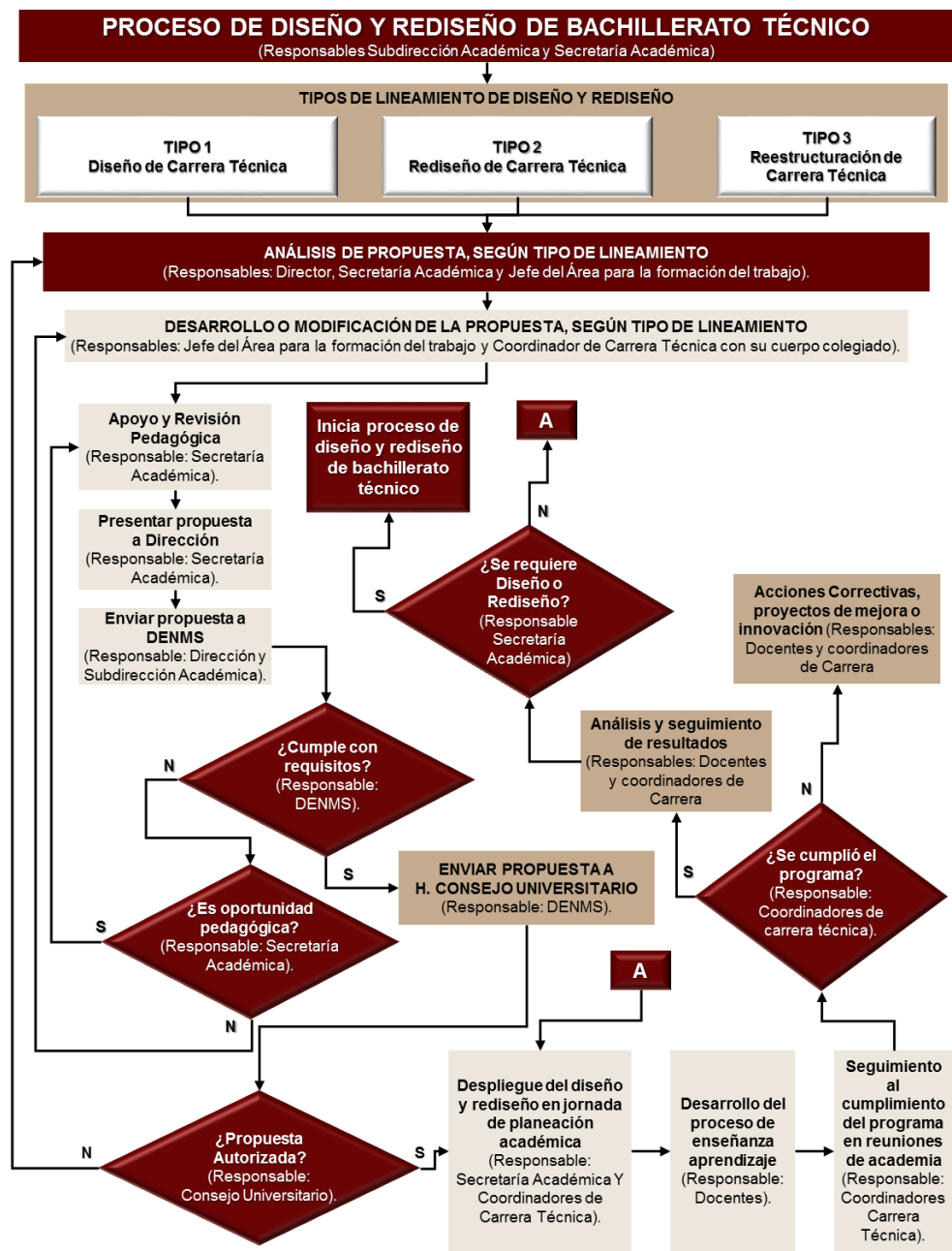


Figura 6 – Proceso de diseño y rediseño de bachilleratos técnicos

4.- Identificar los procesos clave e involucrar a las personas, proveedores, asociados y clientes/ciudadanos, ciudadanos/usuarios en la mejora e innovación de productos y servicios;

Debido a que la razón de ser de la EIAO es “formar bachilleres técnicos competitivos”; contamos con ocho procesos clave en los que involucramos al personal, proveedores, asociados y clientes; para la creación de proyectos de mejora e innovación, tales como el Diseño de las carreras técnicas de: Mecatrónica Industrial (2004), Mantenimiento Aeronáutico (2008), Tecnologías de la Información y de la Comunicación (2010), Energías Renovables (2015) y Mecánico Eléctrico (2015), Revisión de exámenes con lector óptico (2016).

Procesos Clave	Descripción	Elemento involucrado
1 Enseñanza – aprendizaje.	Formación proporcionada a los alumnos para que adquieran los conocimientos, habilidades y destrezas para el área propedéutica y técnica; desarrollando técnicos calificados y competitivos con conocimientos actualizados que contribuyan a mejorar la productividad de las empresas del estado.	Alumnos, Padres de Familia, Siguiendo nivel educativo, empleadores, proveedores.

Procesos Clave	Descripción	Elemento involucrado
2 Diseño de planes y programas de estudio del área técnica.	Proceso realizado por uno de los tres lineamientos del diseño y rediseño de programas de bachillerato técnico (Figura 6), atendiendo disposiciones de la UANL y/o Sector Laboral.	Autoridades Universitarias, Alumnos, Empleadores y Preparatorias de Proximidad, proveedores.
3 Programa de asesorías.	El programa de asesorías cuenta con dos modalidades: Las asesorías preventivas que se programan de manera permanente a lo largo del semestre, con docentes disponibles para brindar apoyo a los alumnos en posible riesgo académico. Y las asesorías correctivas se programan a lo largo del semestre como una acción remedial al producto no conforme del proceso de enseñanza aprendizaje del semestre anterior, es decir a los alumnos que tienen unidades de aprendizaje en tercera oportunidad o subsecuentes.	Alumnos, Personal Administrativo y Docente, proveedores.
4 Programa de Tutorías.	Es un conjunto de actividades preestablecidas como una acción preventiva que contribuye de manera directa a la identificación y referencia oportuna de los alumnos que enfrentan diversos factores que pudieran afectar en su desempeño académico.	Alumnos, Padres de Familia, Docente (Tutor), Orientador, proveedores.
5 Programa de Orientación.	Busca dar un espacio de contención a nuestros alumnos que enfrentan situaciones socio-afectivas, vocacionales y profesionales que afectan su rendimiento académico y toma de decisiones; con modalidades individual, grupal y masiva.	Alumnos, Padres de Familia, Docente (Tutor), proveedores.
6 Programa de Becas.	Apoyo económico a estudiantes y sus familias de bajos recursos y aquellos que participan en actividades de la escuela en los ámbitos deportivos, culturales y académicos.	Alumnos y Padres de Familia, personal administrativo.
7 Contratación de personal con perfil idóneo.	El departamento de recursos humanos contrata docentes para cubrir las necesidades de la dependencia, considerando su perfil académico acorde a las exigencias del Padrón de Buena Calidad SiNEMS.	Personal Docente y administrativo.
8 Capacitación y desarrollo.	La capacitación para los docentes ayuda a la dependencia a que el personal contratado cumpla con el desempeño de la enseñanza-aprendizaje y así mismo cubrir las exigencias del Padrón de Buena Calidad SiNEMS (Diplomado de tutorías, Diplomado en Competencias Docentes y Certificación en Competencias Docentes). Para el personal administrativo, el jefe inmediato llena la Encuesta de Detección de Necesidades de Capacitación y Desarrollo, para mejorar el desempeño del personal.	Personal Docente y administrativo, Centro de capacitación UANL, proveedores.

Tabla 75 – Procesos Clave

5.- Diseñar metodologías para resolver problemas de interfaces dentro de la organización y con agentes externos.

Para resolver problemas de interface dentro de la dependencia y con agentes externos contamos con siete mecanismos (Tabla 76) que nos dan información para su posterior análisis y seguimiento, identificando acciones de mejora o innovación a través de reuniones de trabajo, utilizando algunas de las siguientes metodologías: 5 porqués, lluvia de ideas, Ishikawa y FODA.

Mecanismos de comunicación	Descripción	Responsable	Inicio
Quejas, Sugerencias y Felicitaciones.	En la página web de la EIAO se cuenta con un apartado de quejas, sugerencias y felicitaciones, para ser analizadas y atendidas por el personal.	Estadística.	2010.
Evaluación del Desempeño Magisterial (ISP).	Se aplica una encuesta al final del semestre a los estudiantes para evaluar el desempeño de los docentes en aspectos como pedagogía, desarrollo humano, conocimientos, entre otros.	Subdirección Académica.	Inicio 2002 ¹²
Encuestas Egreso.	Se aplica una encuesta institucional para evaluar la <i>formación académica técnica</i> recibida con respecto a la experiencia obtenida por servicio social, prácticas profesionales o trabajo.	Estadística.	2014.
Programa de Tutorías.	Se detectan las necesidades académicas o personales de los alumnos para dar apoyo y seguimiento en su formación, formando equipo con los padres de familia en relación a las necesidades detectadas, para implementar acciones en conjunto que ayuden a mejorar el desarrollo académico de sus hijos.	Tutorías.	1999.
Reuniones de tutores con Padres de Familia.	Cada tutor informa a los padres de familia los resultados de evaluaciones académicas, además de brindar un espacio para escuchar sus preocupaciones y necesidades con respecto a sus hijos.	Tutorías.	2010.
Encuesta de Satisfacción a Padres de Familia.	Se aplica una encuesta a los padres de familia con la finalidad de que evalúen nuestro servicio administrativo y académico en base a la perspectiva de los padres esto acorde al semestre en el que estudian actualmente sus hijos.	Tutorías.	2010.
Encuesta de Empleadores.	A través de una encuesta, se identifican las necesidades de los empleadores en cuanto a la preparación técnica de los estudiantes para determinar estrategias de mejora en la institución.	Bolsa de Trabajo.	2011.
Entrevistas con Empleadores.	Se identifican las necesidades de los empleadores con respecto al perfil de egreso (conocimientos, habilidades y aptitudes) a través de entrevistas con empleadores con la finalidad de que se implementen mejoras, actualizaciones o reformas en nuestros planes de estudio y/o programas académicos de las especialidades técnicas impartidas.	Secretaría Académica.	1993
Vinculación con el siguiente nivel educativo.	Establecemos un vínculo con las facultades e identificamos sus necesidades y requerimientos, para desarrollar proyectos y/o acciones que coadyuven a seguir mejorando, el desempeño académico de los alumnos de la dependencia.	Subdirección académica	2014

Tabla 76 - Mecanismos para resolver problemas de interface.

6.- Utilizar datos sobre el rendimiento y capacidades actuales de sus procesos, así como indicadores de referencia adecuados para impulsar la creatividad, innovación y mejora.

Los resultados de los **indicadores de referencia** de la dependencia los tenemos identificados desde la planeación operativa dentro de nuestro Diagrama de Planeación Estratégica; en el paso 6 de dicho diagrama, una vez que ya se ejecutaron las acciones del plan de cada departamento o área, estos se concentran y se llevan a un análisis y seguimiento, en caso de no cumplirse con las metas o estrategias establecidas, se llevan a cabo planes de acciones correctivas, y/o proyectos de mejora – innovación (Paso 7). Contamos con tres principales mecanismos para la evaluación, análisis y mejora de los procesos de la dependencia.

Mecanismos de Evaluación, análisis y mejora de procesos.	Descripción	Frecuencia / Inicio	Responsable
Análisis y seguimiento de resultados.	Se integran los resultados de todos los indicadores de los procedimientos, se evalúan y analizan su cumplimiento contra las metas establecidas, en caso de variaciones o incumplimientos se notifica al responsable del Procedimiento donde fue detectada la desviación, con el fin de que se genere un análisis y se cierre en forma efectiva la acción correctiva y/o preventiva, utilizando para ello el Reporte de Acciones Correctivas y Preventivas.	Semestral / 2006.	Depto. Estadística y Auditor Líder.
Procesos de Auditorías Internas y Externas	En el proceso de auditorías internas se evalúa la operatividad de los procedimientos del SAC por parte del equipo de auditores internos. Además se realizan auditorías externas por parte del organismo certificador con el fin de evaluar el cumplimiento y la mejora continua del sistema.	Internas Semestrales Externas Anuales / 2006.	Gestor de Calidad y Auditor Líder.
Evaluación de la Satisfacción del Cliente	A partir de la evaluación y análisis de los resultados de las Encuestas de Servicio y de Desempeño Magisterial (explicadas en los Criterios de Clientes y de Capital Humano), se generan mejoras a los procesos y servicios para dar respuesta a las demandas de los clientes.	2006 Semestral	Subdirección Académica y Estadística.
Reuniones de academia y carrera técnica.	Estas reuniones se llevan a cabo dentro del ciclo escolar, propician al coordinador de academia o de carrera técnica mostrar los principales indicadores de su área con la finalidad de identificar las necesidades y sus avances; para atender oportunidades, creando acciones o proyectos de innovación o mejor.	2006	Secretaría Académica.

Tabla 77 – Mecanismos sobre el rendimiento y capacidades actuales de sus procesos.

5b) Se diseñan y desarrollan productos y servicios basados en las necesidades y expectativas de los clientes/ciudadanos.

1.- Identificar a sus clientes/ciudadanos actuales y potenciales, segmentándolos según el alineamiento estratégico adoptando las políticas y procesos adecuados para gestionar eficazmente la relación.

Las demandas sociales son promotoras de un entorno cambiante que incide en la educación media superior, esto es debido a aspectos como: los procesos de globalización, del desarrollo de la sociedad del conocimiento, de la innovación científico-tecnológica, las veloces transformaciones en la estructura del mercado laboral y una mayor exigencia por la calidad de la educación.

Nuestra presencia en el **mercado** está definida en dos **enfoques**:

- Orientado a los **clientes potenciales** (egresados de escuelas secundarias públicas o privadas, en un rango de edad de los 15 a los 17 años, locales o foráneos), que requieren una formación de nivel medio superior, para facilitar su acceso posterior, a estudios superiores o para su inserción en el ámbito laboral.
- Pertinencia al Sistema de Educación Media Superior de la UANL (SEMS) en la que identificamos los **segmentos en el servicio educativo que ofertamos**: Formación de Bachilleres Técnicos y Bachilleres Técnicos en Bilingüe Progresivo, ambos en la Modalidad Presencial.

En cuanto a la segmentación en el servicio educativo que ofertamos, identificamos dos tipos de **clientes actuales**: cliente/usuario (alumnos) y cliente/beneficiario (Padres de familia, Siguiendo Nivel Educativo, y Empleadores).

Los **clientes potenciales** son aquellos estudiantes de tercer grado de escuelas secundarias (nivel básico), que aspiran ingresar a nuestra dependencia, como ya se mencionó en el Criterio 2 de Estrategias, en el período de Abril – Junio del 2017 tuvimos 6218 **aspirantes** de los cinco planteles que forman la EIAO, este número es superior a la capacidad instalada (3082 espacios, septiembre 2017) por lo que la absorción de alumnos en el 2017 es alrededor del 49%; esto demuestra que la aceptación del mercado es muy alta. Sin embargo, nos ha demandado un reto adicional, el cual es lograr aumentar la cobertura ante la creciente demanda de espacios (**Indicador cantidad de aspirantes confirmados para primer semestre**). Como se puede apreciar en los resultados se han incrementado los espacios educativos (**Indicador Alumnos inscritos de primer ingreso**), Como comentamos en el Criterio 2 aun así, identificamos como una oportunidad, incursionar en el mercado de la Educación Media Superior en otro tipo de Modalidades. Contando la totalidad de los estudiantes inscritos en los 6 semestres, atendemos 8346 alumnos (población total, 2017).

Además, en el área metropolitana de la ciudad de Monterrey y municipios circunvecinos el mercado de la Educación Media Superior se segmenta:

1. **Factor geográfico**, los alumnos prefieren centros escolares cercanos a su zona de residencia.
2. **Factor socioeconómico**, es otro determinante en las preferencias de los clientes de este mercado, conformándose de la siguiente manera:

Nivel Socioeconómico	Tipo de secundaria proveniente	Tipo de preparatoria a la que ingresan
Alto y Medio Alto	Privada.	Privada
Medio, Medio Bajo y Bajo.	Federales y Estatales.	Públicas, UANL y privadas incorporadas a la UANL (con reconocimiento y validez de sus planes de estudio).
Medio Bajo y Bajo	Federales y Estatales.	Subsistemas Federal y Estatal

Tabla 78 – Datos del nivel socioeconómico de nuestros alumnos.

De acuerdo a nuestra misión que es la de “formar bachilleres técnicos innovadores y competitivos”, aplicamos mecanismos para mantener una comunicación efectiva, detectando y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes (Tabla 89); mediante el análisis y seguimiento de los resultados se generan propuestas de mejora, evaluándolas con base a los recursos y capacidades de la dependencia y se establecerán en un Plan de Trabajo. **(Ver Resultados satisfacción de alumnos).**

2.- Utilizar las herramientas de marketing, la investigación de mercados, encuestas de los clientes/ciudadanos/usuarios y otras formas de adquirir información para determinar las necesidades y expectativas de los mismos y grupos de interés respecto a los productos y servicios, tanto en la actualidad como en el futuro.

En la EIAO tenemos implementados procedimientos y prácticas cuyos propósitos son: identificar las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, atender sus requerimientos y medir su nivel de satisfacción; con el fin de adecuar y mejorar los programas y servicios para satisfacer dichas necesidades.

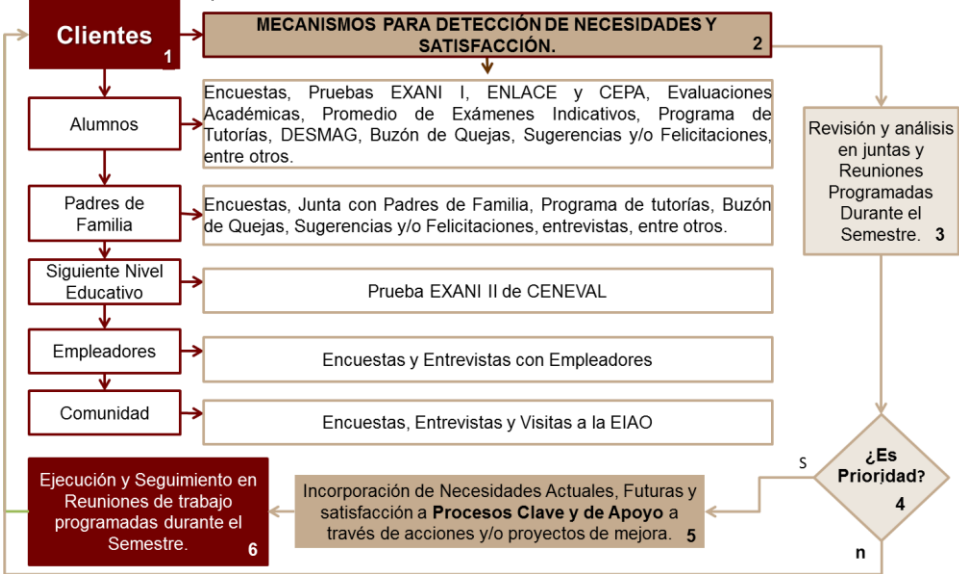


Figura 7 – Herramientas de marketing y encuestas con clientes.

La **incorporación de las necesidades y/o requerimientos de los clientes a los procesos de la dependencia** tiene como objetivo “atender dichas necesidades y/o requerimientos a través de la implementación de acciones y proyectos de innovación y mejora, enfocados a incrementar el nivel de satisfacción de nuestros clientes.” Para lograr este objetivo se cuenta con el **Diagrama de Detección e Incorporación de Necesidades y Satisfacción del Cliente**, en el que identificamos a nuestros clientes **(1)**: Alumnos, Padres de Familia, Siguiendo Nivel Educativo, Empleadores y Comunidad, a quienes se les aplican los Mecanismos para la Detección de Necesidades y Satisfacción **(2)**, de esta manera identificamos y registramos sus necesidades actuales, futuras y el grado de satisfacción alcanzado. Cada responsable analiza, revisa y se prepara para su revisión en reuniones **(3)** como Revisión Directiva, Reuniones Administrativas, Académicas, de trabajo de cada departamento, en donde se revisa y analiza la información de necesidades y satisfacción de nuestros clientes. Si es una prioridad **(4)** la necesidad del cliente se crean planes de acción y proyectos de mejora continua los cuales incorporan las necesidades actuales, futuras y satisfacción en los procesos clave y de apoyo **(5)**, si no lo es pasa a segundo término para un próximo análisis. Posteriormente se le da seguimiento ejecutando las acciones correspondientes y dar respuesta a las necesidades y expectativas de nuestros clientes **(6)**.

3.- Diseñar y desarrollar productos y servicios nuevos y/o mejorados, para atender las necesidades y expectativas de los clientes/ciudadanos.

El Proceso de Diseño y Rediseño de programas de bachillerato técnico (Figura 6) muestra que los programas analíticos se diseñan internamente en la Escuela Industrial y Preparatoria Técnica "Álvaro Obregón" con el trabajo en equipo de la Secretaría Académica y el área de Formación para el Trabajo. Esta actividad se realiza conforme a tres lineamientos de diseño, los cuales están enfocados a diferentes formas en que se presenta la necesidad de aplicar algún ajuste en los programas y se pueden llevar a cabo en cualquier momento ya que no llevan un orden cronológico entre ellos.



Figura 8 – Lineamientos para el proceso de Diseño y Rediseño de Carreras Técnicas.

1. El **Diseño de Carrera Técnica**, se aplica con la intención de validar los programas y planes de estudios por parte del sector laboral o instituciones que se encuentren directamente vinculadas a cada una de las carreras ofertadas en nuestra dependencia para mantenerlas a la vanguardia y acordes a las necesidades actuales de los empleadores. Respecto al cambio en el Modelo Académico UANL corresponde a la adecuación que debemos hacer en la preparatoria para dar respuesta pertinente a los cambios presentados en las propias exigencias de la Universidad, lo cual se plasma en su Visión y plan de trabajo académico.
2. La **rediseño de carrera técnica** de las unidades de aprendizaje, siendo estos detectados como necesarios por parte de cada coordinador de carrera en conjunto con su grupo de maestros integrantes; todo este trabajo se realiza de manera colegiada.
3. La **reestructuración de carrera técnica** procurando asegurar su pertinencia y viabilidad de cada una de las unidades de aprendizaje, alineado en todo momento a los planes de estudio con los que se esté trabajando en la preparatoria.

Para cada uno de los lineamientos de diseño mencionados, los departamentos de Subdirección Académica, Secretaría Académica y la jefatura de formación para el trabajo convocan a una reunión con los coordinadores de las carreras involucradas para indicar el procedimiento a seguir; para que posteriormente ellos convoquen a los integrantes de su área técnica con la finalidad de desarrollar la propuesta de manera colegiada. Cuando las coordinaciones de carreras involucradas desarrollan la propuesta, son apoyados en ello por parte de personal de Secretaría Académica quienes a su vez realizan la revisión pedagógica pertinente a manera de que cumpla con los requisitos de cada uno de los lineamientos que se esté aplicando. Al terminar el trabajo del diseño o rediseño de los programas, Secretaría Académica conforma la propuesta para presentarla en Dirección para que ésta sea validada ya sea por la Junta Directiva o por la Comisión Académica de la preparatoria para su autorización.

Posteriormente la Dirección expide un oficio que es llevado a Dirección de Estudios de Nivel Medio Superior, quien con su validez lo envía a Secretaría Académica de Rectoría, la cual después de revisar las propuestas las envía al H. Consejo Universitario, para su aprobación. Una vez autorizada la propuesta, Secretaría Académica de la EIAO convoca a Jornada de Planeación Académica al personal docente y en las respectivas mesas de trabajo se entrega el material correspondiente a la unidad de aprendizaje, siendo aquí donde se establece la elaboración de todas las evaluaciones ordinarias y extraordinarias; quedando los docentes como responsables de llevar todo este trabajo colegiado a las aulas de clase. Ya en el aula, el docente aplica estrategias de enseñanza-aprendizaje para el desarrollo de su clase, y el coordinador de carrera o una persona asignada verifica el avance programático (puede ser en el aula y/o en reunión de trabajo durante el ciclo escolar), cotejando el cumplimiento de objetivos y, en caso de no lograrse, se determinan acciones y/o proyectos de mejora.

4.- Usar la innovación, la creatividad y las nuevas tecnologías para desarrollar mejores productos y servicios.

Atendiendo a las reformas de nuestro entorno, las instituciones de Educación Superior y Media Superior del país, están obligadas a responder con oportunidad y eficiencia para proveer del capital humano especializado y altamente

competitivo que demanda el nuevo mercado laboral. Por ejemplo, los cambios estructurales que tienen el fin de modernizar el sector energético nacional permitirán impulsar el crecimiento económico, generar empleos, incrementar la inversión en energías renovables y priorizar el cuidado del medio ambiente, que se traducirá en la mejora de la calidad de vida de los mexicanos y en un mayor progreso del país. Por ello las universidades son un factor clave para el éxito de esta reforma al proveer de profesionales competentes.

Es compromiso social de la UANL, adecuar con oportunidad y calidad los currículos a las necesidades particulares derivadas de la Reforma Energética Nacional del 2013, como parte de la estrategia nacional 2011-2015 en su eje transversal de desarrollo tecnológico y capital humano. La UANL es reconocida por su calidad educativa a nivel nacional e internacional y está preparada para ofrecer una plataforma académica, científica y tecnológica adecuada para la formación o conversión de recursos humanos que atiendan las necesidades que requerirá el sector energético.

Como escuela industrial y preparatoria técnica, perteneciente a la UANL tenemos la facultad de diseñar programas educativos que respondan a las necesidades particulares del sector energético. En un esfuerzo conjunto con nuestra Máxima Casa de Estudio, diseñamos la carrera de técnico en Energías Renovables donde aplicamos la innovación, la creatividad y las nuevas tecnologías para desarrollar nuestro producto e incrementar nuestros servicios. De tal manera que el bachillerato de energías renovables se articula de otros conocimientos y aportes proporcionados por los bachilleratos técnicos: Mecánico Eléctrico, Mecatrónica Industrial, Electrónica y Electricidad, da como resultado un Bachillerato multidisciplinario.

El técnico en Energías Renovables será un profesional capaz de reconocer el funcionamiento de sistemas de energías renovables, así como ejecutar labores de montaje y mantenimiento de fuentes de generación de baja y media potencia especializándose en fuentes de energía eólica y fotovoltaica.

5.- Determinar las mejoras de la cartera de productos y servicios optimizando la cadena de valor (ampliando, simplificando, rediseñando...), personalizando para el cliente/ciudadanos/usuarios los productos/servicios o agregando servicios/productos que complementen a los actuales.

La EIAO mejora sus procesos académicos y administrativos a través del Sistema de Administración de Calidad (SAC), y esto nos ha permitido incrementar la calidad y la cantidad de la **cartera de productos y servicios**, que nos permite **optimizar la cadena de valor**, a lo largo de los años, para esto contamos con mecanismos para detectar las necesidades actuales y futuras de los clientes (Figura 7). Algunas mejoras de la cartera de productos y servicios establecidos en los últimos años se muestran en la siguiente tabla.

Producto/Servicio	Mejora	Alcance	Frecuencia/ inicio	Responsable
Creación nuevas unidades: Guadalupe, Monterrey I, San Nicolás, Linares y Monterrey II.	Ampliación de la cobertura: Año 1995 – 3,950 alumnos. Año 2017 – 8346 alumnos.	Alumnos, Padres de Familia y Empleadores.	Según el presupuesto / 1989.	Director
Ampliación en la diversidad del programa de movilidad académica internacional a Francia.	En 1998 se tenía presencia dos carreras técnicas en los Liceos en Francia; para el 2018 contamos con nueve carreras técnicas. Incremento del 53%.	Alumnos.	Anual / 1998.	Director y Depto. de Movilidad Académica.
Rediseño Carreras Técnicas. Sistemas Computacionales, en Informática Administrativa y Mecatrónica Industrial.	Se tenían 10 carreras para el año 2003; y para se incrementó a 13 carreras para el año 2004.	Alumnos, empleadores y siguiente nivel educativo.	Según lineamiento de diseño / 1989.	Director, Subdirector académico, Secretario Académico.
Diseño Nueva Carrera Técnica. Mantenimiento Aeronáutico.	14 carreras en el 2008.	Alumnos, empleadores y siguiente nivel educativo.	Según lineamiento de diseño / 2008.	Director, subdirector académico, Secretario Académico.

Producto/Servicio	Mejora	Alcance	Frecuencia/ inicio	Responsable
Rediseño de Carreras Técnicas. "Tecnologías de la Información y de la Comunicación (Enfoque Programación Web y, Diseño Gráfico) y, Carrera "Administrador Contable".	15 carreras en 2010.	Alumnos, empleadores y siguiente nivel educativo.	Según lineamiento de diseño / 2008.	Director, subdirector académico, Secretario Académico.
Diseño Nuevas Carreras Técnicas. Bachillerato Energías Renovables y Mecánico Eléctrico.	17 carreras en 2015.	Alumnos, empleadores y siguiente nivel educativo.	Según lineamiento de diseño / 2015.	Director, subdirector académico, Secretario Académico.
Centro de Innovación e Investigación en Ingeniería Aeronáutica. Fortalecer la preparación del Técnico en Mantenimiento en Aeronáutica.	Se crea como fortalecimiento a los servicios académicos de atención a los alumnos de aeronáutica con prácticas en talleres de vanguardia.	Alumnos, empleadores y siguiente nivel educativo.	Según actualización de contenidos académicos/ 2009	Director y el coordinador de carrera.
Sistema Dual. Carrera Técnica Máquinas - Herramientas Industriales y/o Mecatrónica Industrial.	Formación de técnicos (80 práctica / 20 teoría) directamente en la industria. Consolidar mantenimiento de troqueles.	Alumnos, Padres de familia y Empleadores.	Inicia en Agosto 2018.	Director, Subdirección Académica, Secretaría Académica.
Cluster de Herramientales. Integración con el Cluster a través de programas de mantenimiento y ajustes de troqueles y moldes; se busca apoyar a las necesidades del sector metalmeccánico en la formación de capital humano técnico especializado para el mantenimiento herramental.	<u>Para la EIAO</u> Fortalecer el conocimiento especializado para los instructores de la carrera técnica. <u>Para el Alumno</u> Generar una propuesta de mayor en el mercado laboral (contratación del 300% de salario mayor que un técnico no especializado). <u>Para los Empleadores</u> Cobertura de capital humano técnico especializado para el mantenimiento herramental.	Comunidad (Técnicos y Trabajadores), y Empleadores.	Inicio en Octubre 2017.	Director, Subdirección Académica, Secretaría Académica, Vinculación y Educación Continua.

Tabla 79 - Cartera de productos y servicios

5c) Se producen, suministran y mantienen productos y servicios

1.- Implantar nuevos métodos relacionados con la producción y distribución de productos y servicios.

La implantación de nuevos métodos para la prestación del servicio educativo (PBC-SiNEMS), nos ha llevado a modificar nuestra estructura y mejorar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal de nuestra organización, con apoyo de estrategias de capacitación y desarrollo que se ven proyectadas en nuestra estructura organizacional (Sistema de Gestión de Calidad). Adicionalmente se ha buscado mejorar la productividad en los procesos y servicios, además de ser reconocidos en ámbitos nacionales e internacionales (Modelos de Calidad y Competitividad).

La siguiente tabla presenta algunos de los mecanismos que muestran nuevos métodos de trabajo:

Mecanismo	Descripción	Frecuencia y Año.	Responsable
Padrón de Buena Calidad – SiNEMS.	Mecanismo de la Sub Secretaría de Educación Media Superior (SEP), que permite evaluar y, en un futuro inmediato, elevar la calidad de los planteles del nivel medio superior del país. Se sustenta en la Reforma Integral de la Educación Media Superior; con ésta se unifican sus criterios de formación académica pero conservando sus programas y planes de estudio, dentro de un Marco Curricular Común (MCC) basado en competencias -genéricas, disciplinares y profesionales- que conformarán el perfil de egreso del estudiante.	Durante el semestre / 2008.	Director, Secretario Académico y el Jefe del Depto. de Padrón de Buena Calidad EIAO.
Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015	La Norma ISO 9001:2015 en su actualización provocó las mejoras a nuestros procesos y servicios mediante los principios de enfoque a procesos, ciclo de Deming y pensamiento basado en riesgos.	2006 / Durante el ciclo escolar.	Director y Gestor de Calidad.
Participación en Premios de Calidad y Productividad	Instrumento poderoso para desarrollar las capacidades de la EIAO ya que la aplicación de evaluaciones objetivas permiten identificar el nivel de madurez que manifestamos en nuestros procesos frente a un Modelo de Calidad y Competitividad de nivel nacional e internacional; propiciando mejorar el prestigio y la reputación de la dependencia, creando certidumbre y confianza con los grupos de interés.	2011/ Anual.	Director, Jefe de Estandarización y Competitividad.

Tabla 80 – Métodos de trabajo.

2.- Planificar la prestación del servicio, en función de las necesidades de los clientes/ciudadanos/usuarios y de las capacidades de la organización. Utilización y aprovechamiento de herramientas y metodologías específicas, TIC's, etc. para dicha planificación.

Una base importante para hacer funcionar nuestra planeación estratégica, es la definición de las **necesidades de los clientes/usuarios** (demanda educativa), y la alineación de los recursos y capacidades de la EIAO (oferta educativa) tomando las decisiones pertinentes. **Utilizando y aprovechando las herramientas tecnológicas** que la **UANL**, a través de la Dirección de Tecnologías de la Información, desarrolló “La Plataforma Tecnológica SIASE”, que nos permite optimizar los procesos de administración de los departamentos de la dependencia (Escolar, RH, Finanzas, entre otros) y así obtener información en forma oportuna y confiable para la toma de decisiones.

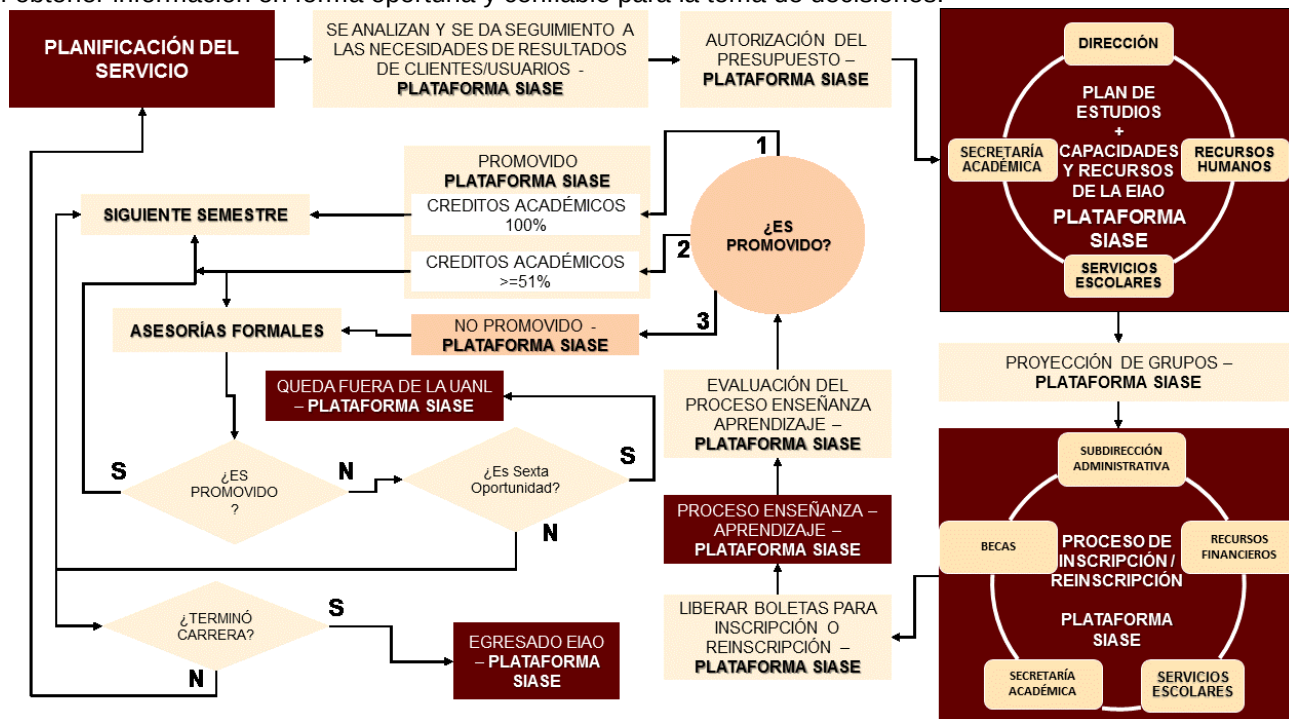


Figura 9 – Planificación de Servicios.

3.- Definir los indicadores y las actividades para hacer el seguimiento de la eficacia y eficiencia de todos los procesos: controles de calidad, objetivos, responsables, dinámica de gestión y seguimiento, gestión de no conformidades internas, etc.

La EIAO documenta sus procesos académicos y administrativos en el Sistema de Gestión de Calidad (SGC), esto nos ha permitido su estandarización a través de tres mecanismos de evaluación que nos permiten implementar o definir los indicadores de los procesos de la dependencia que impactan en los objetivos de la organización.

Métodos de Evaluación.	Descripción	Frecuencia / Año	Responsable
Proceso de Análisis de Cumplimiento de Metas del SGC.	Mediante este proceso se establecen los indicadores de acuerdo a los resultados de los procesos, evaluando y analizando su cumplimiento contra las metas establecidas, en caso de ser detectadas variaciones o incumplimientos se realizan las acciones pertinentes para mejorar los	Semestral / 2005.	Director y Comité de Calidad.
Procesos de Auditorías Internas y Externas.	Se auditan los procesos de la dependencia, mediante los criterios de la Norma ISO 9001 – 2015 de acuerdo al alcance establecido en el plan de auditorías con el propósito de identificar el desempeño de los mismos.	Internas Semestrales Externas Anuales / 2005.	Gestor de Calidad, Equipo Auditor y Casa Certificadora.
Proceso de Evaluación de la Satisfacción del Cliente.	De acuerdo de los resultados obtenidos de las encuestas de satisfacción del cliente, éstos se analizan y posteriormente se establecen acciones de mejora, proyectos o innovaciones.	Semestral / 2005.	Estadística y Comité de Calidad

4.- Definir y gestionar el servicio de atención (responsables, plazos, formato, enlace con los procesos de mejora, quejas, reclamaciones y sugerencias...)

En la EIAO se ha trabajado bajo la premisa del servicio al cliente con calidad y eficacia, para ello han **definido y gestionado tres mecanismos del servicio de atención a nuestros clientes**, que permiten interactuar y mantener una comunicación directa con los mismos.

Puntos de Atención a Clientes	Responsables	Tipo de Servicio	Plazos	Enlace con los procesos documentados
+ Áreas de Recepción.	Coordinación de la unidad y Jefe de Tutorías.	Información sobre alumnos, maestros, tutores, permisos y justificantes.	Atención inmediata o cita para el siguiente día.	Procedimientos y formatos de atención a alumnos, tutores y padres de familia.
	Jefe de Orientación.	Orientación Psicológica y Vocacional a los alumnos.	Por citas.	Procedimientos y formatos de atención a los alumnos y padres de familia.
	Subdirección Administrativa	Becas y prórrogas.	Atención inmediata o cita para el siguiente día.	Procedimiento y Solicitud de Beca o prórroga.
	Servicios escolares.	Proceso de inscripción y reinscripción.	Inmediato.	Procedimiento de Inscripción y reinscripción.
		Trayectoria Académica (kárdex).	3 días.	Procedimiento Captura de minuta
		Calificaciones parciales.	72 hrs.	Manual de Servicios Escolares.
		Calificaciones Finales.	Finales de semestre.	Procedimiento Captura de Minuta.
	Recursos Financieros.	Cobros de servicios financieros, de cuotas, oportunidades, kárdex, inscripciones de cursos y devoluciones.	Atención inmediata.	Alineado a las leyes de reglamento de ingreso y egreso de la UANL.
+ Quejas, sugerencias y felicitaciones en forma digital.	Estadística.	Quejas, sugerencias y felicitaciones.	Durante el semestre.	Procedimiento de quejas, sugerencias y felicitaciones.
Medios electrónicos + Teléfono + Correo electrónico + Redes sociales.	Recepción Dirección y Depto. de Imagen	Dudas sobre actividades de la preparatoria e información general.	Respuesta inmediata.	Objetivos de Calidad y procedimiento de imagen.

Tabla 82 – puntos de atención a clientes.

En la ejecución de los mecanismos se obtienen resultados que nos han permitido analizar, mejorar y crecer académica y administrativamente. Además, desde el 2016, contamos con el procedimiento de Análisis y Seguimiento de resultados del departamento de estadística, donde se revisan las tendencias, se compara el resultado con metas y objetivos para identificar el cumplimiento de la estrategia. En caso de no cumplirse con las expectativas se elaboran planes de acción para la mejora continua.

5.- Analizar y gestionar el ciclo de vida útil de los productos y servicios.

La planeación de productos y servicios principales (oferta educativa) en nuestra dependencia inician anualmente con un proceso de Análisis y Seguimiento de Resultados (Dirección, Recursos Humanos, Servicios Escolar y Secretaría Académica) en relación a las necesidades y expectativas de nuestros clientes (alumnos, padres de familia y empleadores), donde determinamos el ciclo de vida de nuestros productos y servicios; llevando a cabo las gestiones necesarias para la continuidad del producto o servicio, o para su salida del mercado.

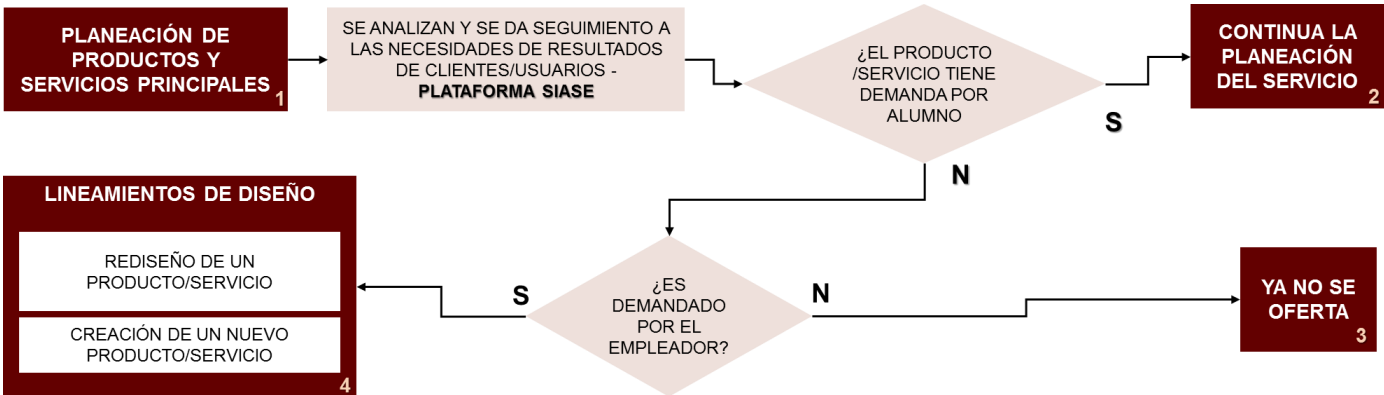


Figura 10 – Planificación de productos y servicios principales

5d) Se promocionan y "comercializan" los productos y servicios.

1.- Definir un proceso de "puesta en el mercado", alineado con la estrategia organizacional estableciendo herramientas adecuadas para consorcios, internet, redes sociales, publicidad, etc.

La preparatoria realiza estrategias de promoción de nuestros procesos y servicios principales (oferta educativa) que brinda, realizando acciones que se vinculen con nuestros grupos de interés (Fuentes de información, Figura 3), esto se lleva a cabo considerando nuestras capacidades y recursos para obtener los mejores resultados. Esta promoción permite proyectar nuestra imagen al exterior e interior, difundiendo las actividades que se realizan y el impacto social que se tiene. El impacto en el proceso de la promoción como los aspectos de recursos, competencias y motivación se asegura por medio de mecanismos de promoción y comercialización, que los llevan a cabo el personal docente y administrativo, con más de 30 años de experiencia y permanencia en la preparatoria. En la siguiente tabla mostramos los nueve mecanismos que, alineados a la estrategia, permiten soportar el proceso de puesta en marcha en el mercado.

Mecanismos de promoción y comercialización	Descripción	Frecuencia/ Año	Responsable
Programa de Visitas a Secundarias Públicas y Privadas.	Los docentes de nuestra dependencia presentan la oferta educativa, mencionando las diferentes modalidades de bachillerato y los programas de formación integral.	Anual/ 2009.	Secretaría Académica.
Díptico de Oferta Educativa.	Personal de apoyo de la Secretaría Académica, proporciona un documento para promover la Oferta Educativa de la EIAO.	Anual/ 1990.	Secretaría Académica.
Reuniones con Padres de Familia.	Espacio para mostrar los diferentes servicios de nuestra dependencia; así mismo obtener información de las necesidades particulares de los padres de familia.	Durante el Semestre / 2009.	Depto. Tutoría.
Atención personalizada a través de citas.	Durante las reuniones con los Padres de Familia se les informa los horarios de citas en caso de requerirlo.	Permanente / 2009.	Depto. Tutorías.
Página Web de la EIAO.	Muestra el catálogo de servicios de la dependencia, así como noticias relevantes.	Permanente / 2009.	Depto. Imagen.
Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram).	Se difunden las actividades diarias de la dependencia través de imágenes y videos; así mismo es un canal de comunicación en el que se presentan y se atienden las inquietudes de nuestros grupos de interés.	Permanente / 2012.	Depto. Imagen.
Logros de los Premios de Calidad y Competitividad.	La implementación de modelos de calidad y competitividad, han permitido fortalecer y mejorar los procesos de la dependencia con una metodología de benchmarking y detección de necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés.	Anual / 2011.	Jefe de Estandarización y Competitividad.
Alianzas internacionales.	La movilidad académica internacional ha permitido a nuestra dependencia tener presencia en Liceos en Francia, para especializar a los alumnos candidatos.	Anual / 1998.	Director, Jefe de Movilidad Académica Internacional.
Alianzas con empleadores.	A través de la participación de nuestros alumnos en los programas de Servicio Social, Prácticas académicas de la carrera Trabajo Social, y Bolsa de Trabajo, fortalecen las alianzas con nuestros empleadores. Además los empleadores son parte fundamental de nuestro Diseño y Residuo de programas técnicos (Figura 6).	Permanente / 2006.	Secretaría Académica, y Jefes de: Servicio Social, Coordinador de Carrera, Bolsa de Trabajo.

Figura 83 – Mecanismos de promoción y comercialización.

2.- Potenciar, crear y difundir la marca o imagen corporativa, que transmita los valores de la organización, a través de acciones publicitarias o de marketing.

La dependencia cuenta con ocho mecanismos (Tabla 52- Programas sociales, culturales y sustentables) para **potenciar, crear y difundir nuestra marca o imagen, transmitiendo los valores** a través de acciones que nuestros alumnos, padres de familia y personal administrativo y docente demuestran en sus actividades diarias **provocando acciones de publicitarias o de marketing**. Además contamos con otro mecanismo que nos ayuda a realizar lo anterior, es la participación de nuestros alumnos en actividades deportivas que representan a nuestra dependencia hacia el exterior, durante el semestre.

3.- Establecer canales de comunicación a través de los cuales ofrecer las propuestas de valor de sus productos o servicios para cada segmento de clientes/ciudadanos actuales y potenciales.

Para ofertar nuestras propuestas de valor de productos o servicios, para cada segmento de clientes actuales y potenciales, utilizamos **canales de comunicación establecidos** en nuestra dependencia, y estos se describen a continuación.

Segmento de Cliente	Canales de comunicación	Propuesta de valor	Frecuencia/Año	Responsable
Alumnos	Redes Sociales y atención a través del personal de las oficinas.	+ 17 carreras técnicas. + Estudio de B.T. Bachillerato Técnico Bilingüe Progresivo + Programa de Movilidad Académica Internacional	Permanente/ 2006.	Secretaría Académica y Depto. de Imagen.
Padres de familia	Redes Sociales y atención a través del personal de las oficinas.	+ Diseño y Rediseño de los Planes y Programas de Estudio. + Personal docente con formación en el extranjero.	Permanente/ 2006.	Secretaría Académica y Depto. de Imagen.
Siguiente nivel educativo	Reunión con facultades.	+ Diseño y Rediseño de los Planes y Programas de Estudio.	Permanente/ 2014.	Subdirección Académica.
Empleadores	Redes Sociales, Reuniones con academias y atención a través del personal de las oficinas.	+ Diseño y Rediseño de los Planes y Programas de Estudio de B.T. + Programa de Movilidad Académica Internacional. + 17 carreras técnicas	Permanente/ 2007.	Secretaría Académica, Deptos. Imagen y, Bolsa de Trabajo.
Egresados de Secundarias.	Visitas a secundarias, díptico de oferta educativa, Redes Sociales.	+ 17 carreras técnicas. + Oferta educativa en 5 planteles. + Programa de Movilidad Académica Internacional.	Permanente/ 2007.	Secretaría Académica y Depto. de Imagen.

Tabla 84 – Canales de comunicación.

4.- Establecer indicadores de control y seguimiento de productos/servicios individuales: coste-beneficio, valor añadido, etc.

Los indicadores de control y seguimiento de los productos y servicios principales de la dependencia, se muestran a continuación.

Indicadores de control	Valor añadido.	Frecuencia/ Inicio	Responsable
Eficiencia terminal.	Guía para el establecimiento y desarrollo de estrategias para incrementar la cantidad de alumnos egresados.	Generacional / 2006.	Subdirección Académica.
Aprovechamiento académico.	Es un control del nivel académico del alumno, en relación a los conocimientos académicos adquiridos.	Semestral / 2006.	Subdirección Académica.
Aprobación.	Es una forma de medir la eficacia del proceso de enseñanza aprendizaje (primera oportunidad).	Semestral / 2006.	Subdirección Académica.
Asesorías formales.	Es una forma de medir la corrección del proceso de enseñanza aprendizaje.	Semestral / 2006.	Secretaría Académica.
Indicadores de seguimiento.	Valor añadido.	Frecuencia/ Inicio	Responsable
Alumnos en nivel superior	Es un control de la eficiencia del proceso de enseñanza aprendizaje.	Anual / 2006.	Secretaría Académica.
Alumnos en sector laboral	Es un control de la eficiencia del proceso de enseñanza aprendizaje.	Durante el semestre / 2006.	Vinculación y Bolsa de Trabajo.

Tabla 85 – Indicadores de control y seguimiento de productos y servicios.

Como apoyo a la estrategia de la dependencia, en el 2010 se estableció un área de estadística que monitoreaba indicadores de satisfacción del cliente; de acuerdo a los requerimientos de la Norma ISO 9001:2008, al Padrón de Buena Calidad (antes Sistema Nacional de Bachillerato) y a los Modelos de Calidad y Competitividad. En 2013 se creó el Departamento de Estadística, cuya función principal es registrar los indicadores clave y de seguimiento, cada responsable llena su indicador y establece sus lineamientos de control, posteriormente el jefe validará el indicador a monitorear por parte del responsable de área o departamento.

5.- Evaluar el impacto de las estrategias, planes, canales de distribución de productos/servicios realizando su seguimiento, desarrollo de servicios complementarios, contactos, etc. con el fin de determinar los niveles de satisfacción de los clientes/ciudadanos.

El impacto de las estrategias, las evaluamos a través de cuatro mecanismos: Análisis y seguimiento de resultados, procesos de auditorías internas y externas, evaluación de la satisfacción del cliente, así como en reuniones de academia y carrera técnica, (descritos en la Tabla 89); los canales de distribución para nuestro principal producto (egresado) son dos: Vinculación y Bolsa de Trabajo (Base de Datos de Egresados) y Siguiente Nivel Educativo (Examen Nacional de Ingreso a Facultad).

En la siguiente tabla mostramos la forma en que se monitorean: el seguimiento de nuestras estrategias, la medición del impacto y los servicios complementarios.

Estrategia	Impacto	Seguimiento	Servicio complementario
------------	---------	-------------	-------------------------

a) Mejorar la Eficiencia Terminal.	Del 2013 al 2017 es del 8.5% de crecimiento.	Posterior a la Evaluación del proceso enseñanza – aprendizaje de la Figura 6.	+Tutorías y Orientación. +Actividades de desarrollo integral. +Servicio Social.
b) Incrementar el aprovechamiento académico de los estudiantes.	Del 2013 al 2017 es del 3.8% de crecimiento.	Posterior a la Evaluación del proceso enseñanza – aprendizaje de la Figura 6.	+Asesorías preventivas y remediales. +Tutorías y Orientación.
c) Diseño de Programas Técnicos de Estudio.	En el 2013 eran 15 carreras técnicas. En el 2017 son 17 carreras técnicas.	Mediante el Diagrama de Flujo del ciclo de vida del producto (Figura 4)	+Vinculación con grupos de interés laboral y educativo.
d) Fortalecer los mecanismos de comunicación con el cliente.	Del 2013 al 2017 es del 4.8% de crecimiento de satisfacción del cliente.	Mediante el Punto 6 (procesos de comunicación con el cliente. Figura 7.	+Atención en ventanilla. +Incremento en el ancho de banda (WIFI).
e) Mejorar las instalaciones educativas.	Del 2013 al 2017 es del 4.8% de crecimiento de satisfacción del cliente.	Mediante el Punto 6 (procesos de comunicación con el cliente). Figura 7.	+Climatización. +Vinculación con empresas (donaciones).

Tabla 86 – Seguimiento de las estrategias.

6.- Mantener la innovación y la creatividad en las relaciones con los clientes/ciudadano/usuarios.

Desde 2007, los departamentos de: desarrollo Integral, área de formación de bachillerato general, área de formación para el trabajo, desarrollo sustentable; son los principales medios para establecer las actividades interdisciplinarias que fomentan en los alumnos la innovación y creatividad, en donde se ponen en práctica las competencias adquiridas de la carrera técnica a la que pertenecen, por ejemplo: ExpoEmprendedores, Concurso de Robótica, Obras de Teatro, Francofonía, Muestras Gastronómicas, Exposición Técnico Cultural de la EIAO.

5e) Se gestionan y mejoran las relaciones con los clientes/ciudadanos.

1.- Determinar y satisfacer los requisitos de los clientes/ciudadanos en sus relaciones a corto, medio y largo plazo con la organización.

Determinar las necesidades de los clientes es un factor determinante para realizar estrategias oportunas que permitan cubrir en diversos plazos las expectativas del cliente, por ello se llevan a cabo diversos mecanismos (Tabla 89) para la identificación de los mismos. *Los métodos utilizados para identificar las necesidades se encuentran referenciados en el punto 5B- herramientas de marketing, herramientas de mercado y encuestas de los clientes.* Para satisfacer las necesidades detectadas, se recopila, mide, analiza las necesidades exponiéndose acorde al procedimiento de análisis y seguimiento de resultados, monitoreado por cada jefe de departamento o área; una vez que se valore positivamente se realizan las adecuaciones necesarias para su funcionamiento, posteriormente se refleja en la planeación estratégica, para después formar parte de la cultura de la preparatoria.

2.- Establecer y mantener un diálogo con los clientes/ciudadanos basado en la confianza y transparencia.

Con la finalidad de que exista y un diálogo con transparencia y confianza entre los clientes y la dependencia, se implementan mecanismos para atender y conocer las necesidades de los mismos, Además de los mecanismos para soportar el proceso de venta del servicio educativo (mencionados en el 5D) que también son medios para mantener un dialogo con el cliente, a continuación se adjunta la siguiente tabla con los mecanismos utilizados:

Mecanismos de Control	Descripción
Redes Sociales y Página Web EIAO.	La importancia de tejer esta red de contactos es que a través de ellos se pueden capitalizar ideas, sugerencias y oportunidades de mejora que indudablemente benefician al crecimiento de nuestra dependencia, dichas peticiones y/o sugerencias se canalizan a los departamentos o áreas correspondientes.
Atención en Ventanillas de oficinas.	A través de las ventanillas atendemos en forma directa e inmediata a nuestros clientes, permitiéndonos identificar y/o aclarar dudas sobre los procesos de la dependencia.
Reunión con padres de familia.	Estas reuniones nos permiten mantener un diálogo de manera directa, obteniendo las necesidades para realizar la gestión correspondiente, que permita atender y solucionar las dudas.
Entrevistas con empleadores.	La comunicación con los empleadores nos manifiesta las tendencias en el sector laboral permitiéndonos diseñar, rediseñar, reestructurar o crear carreras técnicas, incluyendo su participación para la actualización de contenidos de los programas de estudio.
WhatsApp con Director	Es un contacto directo del Director con los alumnos representantes de grupo para recibir sus inquietudes ante sus situaciones (académicas y administrativas) diarias, con la finalidad de ser atendidos a la brevedad posible.
Reunión con Alumnos representantes de Grupo.	El responsable de actividades estudiantiles, durante el semestre, cita a los representantes alumnos para informar las actividades en las que están involucrados (junta directiva, mesa directiva) los alumnos en forma directa; además se escuchan sus inquietudes, dándoles el seguimiento correspondiente.
Maestro Tutor	Es un docente que establece diálogos (situaciones académicas y socio-afectivas) con alumnos, además se escuchan sus inquietudes, dándoles el seguimiento correspondiente.

Tabla 87 – Mecanismos para establecer y mantener un diálogo con los clientes.

3.- Crear grupos de trabajo con clientes/ciudadanos clave para el diseño, innovación de productos orientados a satisfacer sus necesidades actuales y futuras.

En la dependencia contamos con la participación de nuestros coordinadores de academia en las reuniones de comités académicos de Nivel Medio Superior (UANL), de las diferentes unidades de aprendizaje de bachillerato general. Atendiendo los cambios en las necesidades actuales y futuras para el diseño e innovación de los productos orientados a la satisfacción de nuestros clientes.

En la parte técnica el diseño e innovación de productos se lleva a cabo a través del Diagrama de Rediseño Curricular descrito en el 5A se *Diseñan, Gestionan y Mejoran los procesos conforme a la estrategia*, ya que en este apartado se muestran las necesidades y expectativas de los clientes.

En la siguiente tabla se muestran los responsables de la innovación de productos que tiene como finalidad satisfacer al cliente en metas inmediatas y futuras.

Responsable	Descripción	Frecuencia.
Dirección de Estudios del Sistema de Nivel Medio Superior (DSENMS)	Determina el rumbo y las tendencias y de las necesidades de nuestros clientes. Establece el Modelo Académico por Competencias y los Planes Curriculares.	Semestral.
Comités técnicos académicos de la DSENMS	Conformados por profesores de todas las escuelas del Sistema del Nivel Medio Superior de la UANL (incluyendo de la EIAO) revisan y actualizan los programas académicos.	Semestral.
Jefes de Área Disciplinar.	Son el enlace académico entre la preparatoria y la DSENMS. Llevan a cabo la Planeación Académica, los Planes de Clase, Material Didáctico y diseño de la Evaluación de los cursos.	Semestral.
Coordinadores de carreras técnicas.	Son los responsables del diseño, rediseño e innovación de las carreras técnicas ofertadas por nuestra dependencia con el apoyo de los empleadores de acuerdo a sus tendencias.	Según lineamiento de Diseño y Rediseño.

Tabla 88 – Responsables de innovación.

4.- Utilizar encuestas regulares, otras formas estructuradas de obtención de datos, y la información conseguida a través del contacto día a día con el cliente/ciudadanos, por ej.: sus quejas, para determinar su nivel de satisfacción y mayor conocimiento de los mismos y sus expectativas.

Adicionalmente, la dependencia cuenta con métodos de medición del nivel de satisfacción de los clientes para medir y determinar el grado de satisfacción, los cuales serán descritos en la siguiente tabla:

Mecanismos de control	Objetivo	Descripción	Responsable
Quejas, Sugerencias y Felicitaciones.	Responde a las necesidades académicas y/o administrativas de los grupos de interés para mejorar nuestros procesos y servicios.	En la página web de la EIAO se cuenta con un apartado de quejas, sugerencias y felicitaciones, para ser analizadas y atendidas por el personal.	Estadística.
Evaluación del Desempeño Magisterial (ISP).	Detectar áreas de oportunidad en personal docente en áreas como pedagogía, desarrollo humano, conocimientos, entre otros, para responder a las necesidades expuestas por los alumnos.	Se aplica una encuesta al final del semestre a los estudiantes para evaluar el desempeño de los docentes en aspectos como pedagogía, desarrollo humano, conocimientos, entre otros.	Subdirección Académica.
Encuestas Egreso.	Determinar las necesidades académicas y de servicio para determinar acciones y/o estrategias que ayuden a mejorar los servicios de la dependencia.	Se aplica una encuesta institucional para evaluar la <i>formación académica técnica</i> recibida con respecto a la experiencia obtenida por servicio social, prácticas profesionales o trabajo.	Estadística.
Encuesta de satisfacción de alumnos	Detectar áreas de oportunidad de los servicios que presta la Institución para implementar planes de acción que coadyuven al buen funcionamiento de la misma.	Se aplica una encuesta que evalúa el servicio administrativo y académico en base a la perspectiva de los alumnos; esto acorde al semestre en el que estudian.	Estadística.
Encuesta de Satisfacción a Padres de Familia.	Detectar áreas de oportunidad de los servicios que presta la Institución para implementar planes de acción que coadyuven al buen funcionamiento de la misma.	Se aplica una encuesta que evalúa el servicio administrativo y académico en base a la perspectiva de los padres esto acorde al semestre en el que estudian actualmente sus hijos.	Estadística y Tutorías.
Encuesta de Empleadores.	Identificar las necesidades de los empleadores en cuanto a la preparación técnica de los estudiantes para determinar estrategias de mejora en la institución.	Se aplica una encuesta en forma semestral, a las empresas con las que se tiene contacto, para evaluar el servicio del departamento de bolsa de trabajo	Bolsa de Trabajo
Entrevistas con Empleadores.	Identificar las necesidades de los empleadores con respecto al perfil de egreso (conocimientos, habilidades y aptitudes) que nos permita implementar mejoras, actualizaciones o reformas en nuestros planes de estudio y/o programas académicos de las especialidades técnicas impartidas.	Se realiza una convocatoria a empleadores con los cuales se tiene una relación de acuerdo a las especialidades ofertadas en la dependencia, lo anterior para realizar el trabajo de diseño o rediseño académico de las carreras técnicas (Figura 6).	Secretaría Académica y Área de Formación para el trabajo.

Tabla 89 - Mecanismos de detección de necesidades y expectativas de clientes.

5.- Formalizar sus compromisos con los clientes/ciudadanos sobre la base de las expectativas de éstos;

La EIAO se compromete con sus clientes mediante la Filosofía Organizacional atendiendo las expectativas de éstos a través de la **Política de Calidad**, enuncia que: "estamos comprometidos con nuestros clientes, para brindar servicios

educativos de calidad, formando bachilleres técnicos competitivos con una formación integral manteniendo una mejora continua en nuestros procesos y servicios, contando con programas educativos pertinentes que les permitan responder a las exigencias a la sociedad". En la siguiente Tabla se muestra **la descripción de los compromisos de calidad y servicio con los clientes**, que nuestra dependencia ha implementado para contribuir a incrementar su competitividad:

Alineación estratégica	Compromiso	Descripción	Frecuencia/ Inicio	Responsable
Formar Bachilleres técnicos competitivos	Implementar los rasgos de una preparatoria de buena calidad y de clase mundial para permanecer y aumentar el nivel en el Padrón de Buena Calidad – SiNEMS.	Se realiza una evaluación por parte del COPEEMS para evaluar el cumplimiento de los requisitos con los que debe contar la dependencia para permanecer en el PBC SiMEMS.	Hasta 3 años / 2012.	Director, Secretaría Académica, Jefe del PBC-SiNEMS, Jefes de Area de Formación de Bachillerato General y, de Formación para el trabajo y Jefes de carreras técnicas.
Formación integral	Desarrollar la formación integral	Nuestros alumnos fortalecen su formación integral a través de actividades extracurriculares (académicas, culturales, deportivas y de compromiso sustentable)	Durante el semestre / 2014.	Jefes de Departamento de: Desarrollo Integral, Desarrollo Sustentable y, de Servicio Social.
Mantener una mejora continua en nuestros procesos y servicios	Satisfacer las necesidades de nuestros clientes implementando Plan de Desarrollo EIAO, ISO 9001-2015 y Modelos de Calidad y Competitividad.	Mediante un enfoque a procesos desempeñamos nuestras actividades para el cumplimiento de nuestros objetivos y nuestra visión 2020.	Durante el ciclo escolar / 2006.	Director, Gestor de Calidad y Plan de Desarrollo EIAO, Jefe de Estandarización y Competitividad
Programas educativos pertinentes.	Diseñar y rediseñar bachilleratos técnicos pertinentes.	Se analizan y se da seguimiento a las necesidades de resultados de clientes/usuarios, determinando nuestra oferta educativa.	Semestral / 2006.	Secretaría Académica y Jefe de Área para la formación del trabajo y coordinadores de carreras técnicas.

Tabla 90 - Compromisos de calidad y servicio con los clientes

6.- Disponer de un sistema de recogida ágil de quejas y reclamaciones de los clientes/ciudadanos/usuarios, con plazos prescritos de respuesta;

La dependencia cuenta con un **Proceso de Medición y Satisfacción del Cliente**, que además establece los lineamientos y acciones para registrar, analizar y atender las quejas y sugerencias que se reciben a través del Buzón de Quejas y Sugerencias, contenido en la página Web de la EIAO. Además aquellas quejas, sugerencias y felicitaciones identificadas mediante los mensajes de redes sociales o cuenta de correo, se contestan en el momento y si es necesario se canalizan al departamento o área que deba aclarar dudas.