	ANÁLISIS INTERNO	GD-RG-027 VERSION 1 F. VIGENTE 14/01/2020
Nombre de la Empresa:	INFA	

[illegible]

CAMPO ESTRATEGICO	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN	¿PORQUE LA EVALÚA ASÍ?
		DEBILIDADES			FORTALEZAS				
		A	M	B	B	M	A		

INFRAESTRUCTURA	Tamaño local			X		X	15	El tamaño de la sede es suficiente, logrando aumentar el flujo de pacientes.
	Iluminacion			X		X	15	se cuenta con excelente iluminacion en todas la areas
	Ambiente de trabajo			X		X	15	Los ambientes son adecuados, con buena ventilación y comodoss para el desarrollo de actividades.
	sistema electrico			X		X	15	Cuenta con procesos identificados y certificados.
	acceso			X		X	10	Se cuenta rampa y ruras de acceso.
	Plan de emergencia		X			X	10	Documentada inicialmente, pendiente implementar.

Criterios de Evaluación	contratacion	X			X			15	El tipo de contrato permite el retiro de personal facilmente dejando los planes de estudio en la mita del desarrollo.
	Capacitacion		X			X		15	Se cuenta con el plan de formación y los mecanismo necesarios, pero el recurso humano no cuenta con experiencia.
	incentivos,remuneracion		X				X	10	Se desarrolla a la medida de las propuestas.

RECURSOS HUMANOS	relaciones laborales		X			X	15	Se tiene buen trabajo en equipo, pero se podría mejorar para lograr los objetivos de la visión.	0,30	2
	liderazgo			X		X	20	por que no la mayoría no quiere este tipo de responsabilidad	0,20	1
	motivacion		X			X	10	Definir politicas de motivación estan pendientes.	0,20	2
	desempeño		X			X	15	por los resultados de la gestion de su trabajo aun no se ha evaluado	0,30	2
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		1,95					100		1,95	
TECNOLOGIA	redes		X			X	20	Se cuenta con intranet y proveedores de internet 2	0,40	2
	computadores		X			X	20	se cuenta con computadores pero se podría	0,40	2
	SERVIDORES web		X			X	30	No se cuenta con servidores propios	0,60	2
	Vulnerabilidad			X		X	15	No se cuenta con un diagnostico	0,15	1
	Dominios			X		X	15		0,15	1
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		1,70					100		1,70	
ADMIISTRACION	Direccion		X		X		15	Por que se cuenta con apropiados medios de	0,30	2
	Control		X			X	20	Se cuenta con los contrbines, esta como	0,40	2
	planeacion:recursos,		X			X	15	se cuenta con los recursos, pero debe fortalecer la	0,30	2
	Control documental			X		X	15	Se cuenta con el mecanismo	0,15	1
	Cumplimiento a los procedimientos		X			X	20	Se tiene alto compromiso pero la alta rotacion de	0,40	2
	organización			X		X	15	Se considera necesario establecer nuevos ajustes.	0,15	1
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		1,70					100		1,70	
COMPRAS	servicios			X		X	20	Los servicios se realizan por contrato pero aún no	0,20	1
	Insumos			X		X	20	Los insumos se compran bajo necesidad de cada	0,20	1
	proveedore			X		X	20	Se realiza por cada gestión y/o lider	0,20	1
	Evaluaciones iniales			X		X	20	Aun no se realiza	0,20	1
	Re-evaluación de proveedores			X		X	20	No se cuenta con el metodo	0,20	1
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		1,00					100		1,00	
MARKETIN O VENTAS	publico objetivo		X		X		10	La estrategia para el publico objetivo	0,20	2
	Servicios	X			X		15	Los servicios estan definidos, pero la oferta de	0,45	3
	precio			X		X	10	El precio esta condicionado a contratos, no se ha	0,10	1
	distribucion	X				X	10	por que tenemos que buscar mas canales de	0,30	3
	promocion		X			X	10	se cuenta con promoción pero en medio de	0,20	2
	pubicidad	X			X		15	Se han realizado campañas de propuestas masivas	0,45	3
	analisis de los clientes	X			X		10	No se aplican actividades para analizar las	0,30	3
	investigacion de mercado		X			X	10	Se han realizado investigación de mercado, pero	0,20	2
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		2,40					100		2,40	
SERVICIO AL CLIENTE	Fidelizacion de los clientes	X			X		40	No se cuneta con un metodo para realizarlo	1,20	3
	atencion o servicio	X				X	20	Se realiza atención del servicio, se podría mejorar.	0,60	3
	PQRS		X			X	10	Se tiene politica de respuesta.	0,20	2
	Guías de atención		X			X	10	Se cuenta como metodos de atención	0,20	2
	Satisfacción del cliente		X			X	20	Se cuenta con el metodo para medirla y analizarla.	0,40	2
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		2,60					100		2,60	

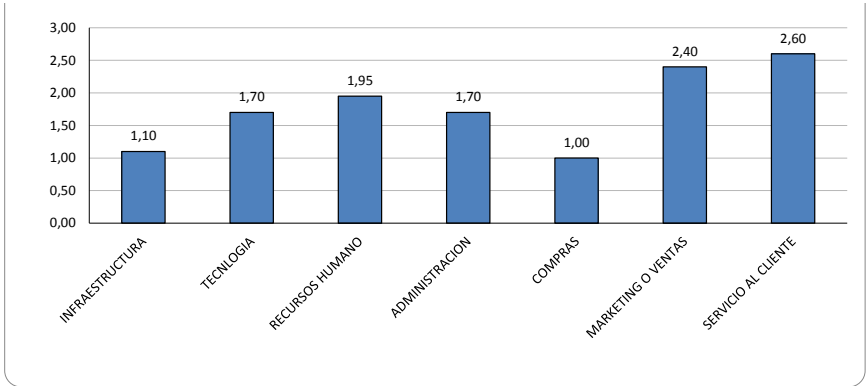
PROMEDIO

1,64

% ANALISIS INTERNO

CAMPO ESTRATEGICO	PUNTAJE DE ANALISIS
INFRAESTRUCTURA	1,10
TECNOLOGIA	1,70
RECURSOS HUMANO	1,95
ADMINISTRACION	1,70
COMPRAS	1,00
MARKETING O VENTAS	2,40
SERVICIO AL CLIENTE	2,60

ANALISIS
Se identifica como area relevante en el campo de RECURSOS HUMANOS MARKETING Y SERVICIO AL CLIENTE como prioridades a trabajar. Referente a la característica de la debilidad se observan:



2,00

DEBILIDADES		DETALLE
RECURSOS HUMANO	Contratación	El tipo de contrato permite el retiro de personal facilmente dejando los planes de estudio en el desarrollo academico.
MARKETING	Servicio, distribución, publicidad y analisis del cliente	Los servicios estan definidos, pero la oferta de nuevos servicios es poca. Se han realizado campañas de propuestas masivas para el publico objetivo. Pero sin estrategia analisis y constante
SERVICIO AL CLIENTE	Fidelización del clientes y atención o servicio.	No se cuneta con un metodo para realizarlo