	ANÁLISIS INTERNO	VERSIÓN 1 GD-FR-001 F. VIGENTE 14/07/2021
Nombre de la Empresa:	ASEVIS	

Con el fin de iniciar el análisis de su empresa, los invitamos a reflexionar sobre la realidad de la misma encontrando DEBILIDADES Y FORTALEZAS en cada uno de los CAMPOS externos que se han identificado como estratégicos, teniendo en cuenta lo propuesto por PORTER. En cada uno de ellos encontrará una serie de ELEMENTOS que orientan su reflexión, además, tendrá la posibilidad de insertar otros elementos que usted considere claves. Para cada uno de ellos defina si éste es una AMENAZA U OPORTUNIDAD, manifestando además si es de carácter alto (A), medio (M) o bajo (B). Posterior a señalar si cada elemento es una OPORTUNIDAD O AMENAZA (y su grado de calificación), indique la ponderación o peso de importancia que usted le da a todos los ítems evaluados. Para cada CAMPO ESTRATÉGICO la suma de las ponderaciones debe ser igual a UNO (1) o 100%. Aparece también un espacio en blanco para que usted registre el por qué la evaluó de esa manera. Para calificar se debe colocar una "X" en las columnas de AMENAZAS Y OPORTUNIDADES y solo en una de ellas.

EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS										
CAMPO ESTRATEGICO	ELEMENTOS QUE ORIENTAN LA REFLEXIÓN	CALIFICACIÓN						PONDERACIÓN	¿PORQUE LA EVALÚA ASÍ?	
		DEBILIDADES			FORTALEZAS					
		A	M	B	B	M	A			
INFRAESTRUCTURA	Seguridad de las instalaciones	X						20	Se cuenta con puerta de ingreso, pero no se cuenta con camaras en la sede administrativa, no se cuenta con seguridad privada.	0,20
	Tamaño local						X	15	El tamaño de la sede es sufuciente, logrando aumentar el flujo de pacientes.	0,90
	Iluminacion					X		15	se cuenta con excelente iluminacion en todas la areas	0,75
	Ambiente de trabajo		X					15	Los ambientes son adecuados, se podria mejorar con aire acondicionados.	0,30
	sistema electrico			X				15	Cuenta con procesos identificados , pero no se cuenta con certificado	0,45
	Acceso					X		10	Se cuenta rampa y ruras de acceso.	0,50
	Plan de emergencia				X			10	Documentada incialmente, pendiente implementar.	0,40
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		3,50						100		3,50
RECURSOS HUMANOS	Contratacion		X					15	El tipo de contrato permite el retiro de personal facilmente dejando los planes de estudio en la mita del desarrollo.	0,30
	Capacitacion			X				15	Se cuenta con el plan de formación y los mecanismo necesarios, pero el recurso humano no cuenta con experiencia.	0,45
	Incentivos,remuneracion					X		10	Se entregan bonos a los trabajadores. Se desarrolla a la medida de las propuestas.	0,50
	Relaciones laborales						X	15	Se tiene buen trabajo en equipo, pero se podria mejorar para lograr los objetivos de la visión.	0,90
	liderazgo					X		20	por que no la mayoría no quiere este tipo de respnabilidad	1,00
	motivacion					X		10	Definir politicas de motivación estan pendientes.	0,50
	desempeño					X		15	por los resultados de la gestion de su trabajo aun no se ha evaluado	0,75
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		4,40						100		4,40
TECNOLOGIA	Redes					X		20	Se cuenta con intranet y proveedores de internet movistar. Revisar protocolos de seguridad	1,00
	Computadores					X		20	Se cuenta con computadores pero se podria mejorar la geneeración para usos de aplicaciones web.	1,00
	SERVIDORES web					X		30	No se cuenta con servidores propios	1,50
	Vulnerabilidad			X				15	No se cuenta con un diagnostico	0,45
	Domínios			X				15	Se cuenta con 1 dominio asevis.edu.co	0,45
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		4,40						100		4,40
ADMIISTRACION	Direccion			X				15	Por que se cuenta con apropiados medios de comunicación y el fin es de comun interes.	0,45
	Control		X					20	Se cuenta con los controles, esta como oportunidad la autogestión.	0,40
	Planeacion:recursos,		X					15	Se cuenta con los recursos, pero debe fortalecer la planeación.	0,30
	Control documental	X						15	Se cuenta con el mecanismo	0,15
	Cumplimiento a los procedimientos	X						20	Se tiene alto compromiso pero la alta rotación de personal afecta la operación.	0,20
	organización			X				15	Se considera necesario establecer nuevos ajustes.	0,45
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		1,95						100		1,95
COMPRAS	servicios				X			20	Los servicios se realizan por contrato pero aun no se analiza por proceso.	0,80
	insumos				X			20	Los insumos se comprar bajo necesidad de cada lider , cuenta con fichas tecnicas.	0,80
	proveedore				X			20	Se realiza por cada gestión y/o lider	0,80
	Evaluaciones inciales			X				20	Aun no se realiza	0,60
	Re-evaluación de proveedores			X				20	No se cuenta con el metodo	0,60
SUBTOTALES Y PROMEDIOS		3,60						100		3,60
MARKETIN O VENTAS	publico objetivo		X					10	La estrategia para el publico objetivo	0,20
	Servicios	X						15	Los servicios estan definidos, pero la oferta de nuevos servicios es poca	0,15
	precio			X				10	El precio esta condicionado a contratos, no se ha explorado la competencia.	0,30
	distribucion		X					10	por que tenemos que buscar mas canales de distribucion	0,20
	promocion				X			10	Se cuenta con promoción pero el metodo de comunicarlo no es eficaz	0,40
	pubicidad				X			15	Se han realizado campañas de propuestas masivas para el publico objetivo. Pero sin estrategia analisis y constante	0,60
	analisis de los clientes			X				10	No se aplican actividades para analizar las necesidades de los clientes.	0,30
	investigacion de mercado		X					10	Se han realizado investigación del mercado, pero no se ha desplegado planes de acción o estrategias desde el informe.	0,20

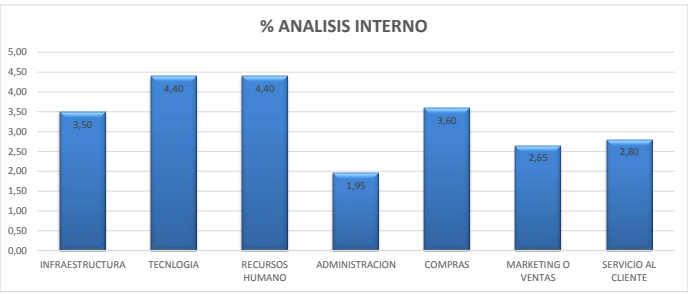
	Planificación de productos y servicios			X				10	si se planifica, pero aun no se logra documentar	0,30
SUBTOTALES Y PROMEDIOS								2,65	100	2,65
SERVICIO AL CLIENTE	Fidelización de los clientes			X				40	No se cuneta con un metodo para realizarlo	1,20
	atencion o servicio		X					20	Se realiza atención del servicio, se podría mejorar.	0,40
	PQRS			X				10	Se tiene politica de respuesta.	0,30
	Guías de atención			X				10	Se cuenta como metodos de atención	0,30
	Satisfacción del cliente			X				20	Se cuenta con el metodo para medirla y analizarla.	0,60
SUBTOTALES Y PROMEDIOS								2,80	100	2,80

PROMEDIO

2,81

CAMPO ESTRATEGICO	PUNTAJE DE ANALISIS
INFRAESTRUCTURA	3,50
TECNOLOGIA	4,40
RECURSOS HUMANO	4,40
ADMINISTRACION	1,95
COMPRAS	3,60
MARKETING O VENTAS	2,65
SERVICIO AL CLIENTE	2,80

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



DEBILIDADES		6,00	DETALLE
ADMINISTRACIÓN	Cumplimiento de procedimientos Control documental Control		Se requiere la normalización de procesos e identificar los procedimientos fundamentales de la institución , asi como tambien realizar el respectivo control de cada uno para su facil acceso y ajustar la estructura de procesos para definir los controles.
MARKETING	Servicio Distribución		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	Atención o servicio. PQRS		No se cuenta con un metodo para el tratamiento de los PQRS, asi como tambien los lineamientos definidos para la atención al cliente.