

CONTEXTO DE LA ORGANIZACION

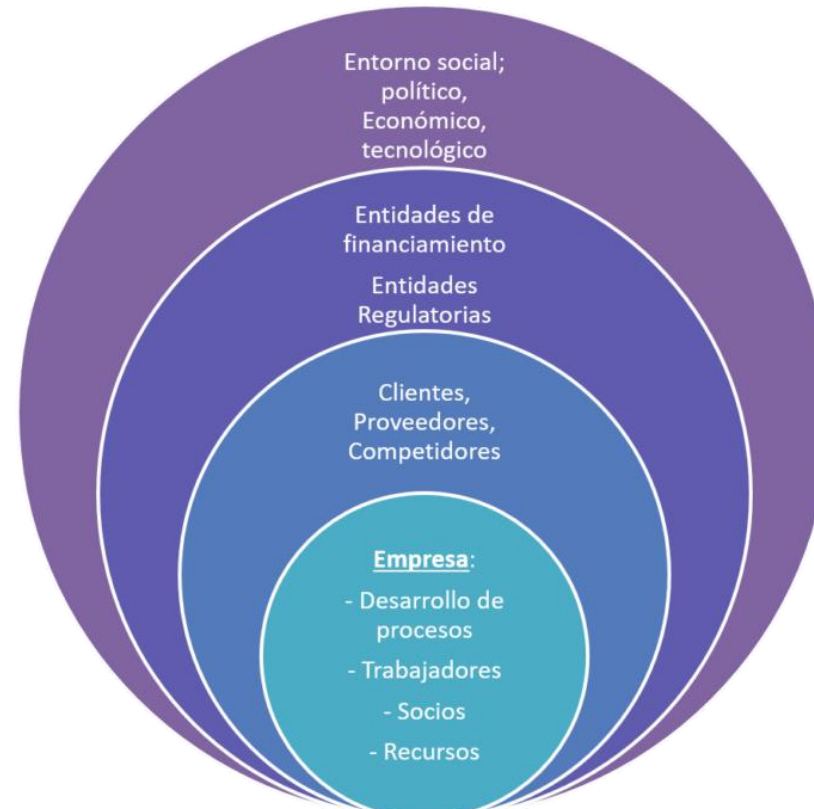
PARTES INTERNAS / PARTES EXTERNAS

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN (PARTES INTERNAS / EXTERNAS)

- El contexto de la organización es un requisito de la norma ISO 9001:2015, el cual indica que la organización debe tener en cuenta todos los aspectos internos y externos que pueden afectar a los objetivos y planificación del Sistema de Gestión de la Calidad

“El contexto de la organización son los factores que influyen en el propósito, objetivos y sostenibilidad de la organización. Considera factores internos tales como los valores, cultura, conocimiento y desempeño de la organización.

El contexto de la organización puede definirse como el medio en que se desenvuelve la empresa tanto a nivel interno de la misma como en su entorno, dicho medio afecta positiva o negativamente los productos, servicios, metas y en general, el desarrollo de las actividades de la organización.



Herramientas para el análisis del contexto

- Para hacer frente a la cláusula 4.1 de la norma ISO 9001 2015, muchos expertos en gestión de la calidad utilizan **análisis DAFO o FODA** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

El análisis de contexto se refiere a la evaluación de todos los factores, tanto internos como externos, que influyen en el logro de objetivos dentro de una organización.



Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

FACTORES		OPORTUNIDADES		Valor		Grado de Riesgo
				Beneficio	Probabilidad	
P	POLÍTICA	1	El tratado de libre comercio con canada y estados unidos, para las importaciones y exportaciones de materia prima.	3	2	6
		2	Reconocimiento de nuevos requisitos para implementación de acciones de cumplimiento.	3	1	3
		3	Cumplimiento de la politica fiscal.	3	1	3
E	ECONÓMICA	4	Estrategias financieras para fidelizar clientes	3	2	6
		5	Alianzas estrategicas con bancos para la inversión en infraestructura y tecnología.	3	2	6
		6	Programas de apoyos por parte del gobierno	3	2	6
		7	Mejorar la cadena de suministro con apoyo de los proveedores locales o cercanos.	3	2	6
S	SOCIOCULTURAL	8	Aprovechamiento de nuevos medios de comunicación para la difusión de productos y servicios de la organización.	2	1	2
		9	Implementación de nuevos puntos de distribución.	2	1	2
		10	Amplia disponibilidad de empresas para desarrollar como proveedores y/o clientes.	3	1	3
T	TECNOLÓGICA	11	Inversion en maquinaria CNC	3	3	9
		12	Capacitacion en equipos de programación y diseño de piezas de ultima tecnologia a los colaboradores	3	2	6
		13	Equipo de medicion actualizado y calibrado para revision de piezas	3	2	6
		14	Acceso a nuevos canales de comunicación para la generación de clientes.	3	2	6
E	ECOLÓGICA	15	Mejorar la imagen de la empresa por no producir daños ecologicos.	3	2	6
		16	A patir de nuestro bajo perfil de contaminacion ambiental buscar apoyo financiero para las mejoras de las instalaciones y operaciones	3	2	6
L	LEGAL	17	Generación de empleos directos e indirectos.	3	2	6
		18	Cumplimiento de reforma laboral (Obligación)	3	2	6
		19	Horarios flexibles para los colaboradores	3	3	9
		20	Cumplimiento con las regulaciones ante la ley federal del trabajo	3	2	6

PARTES EXTERNAS

PARTES EXTERNAS

FACTORES		AMENAZAS		Severidad	Probabilidad	Grado de Riesgo
P	POLÍTICA	1	El programa de gobierno se adecua a las necesidades y expectativas de la empresa por el cambio de presidente	2	2	4
		2	Cambios en los tratados de comercios para poder exportar nuestros productos	3	2	6
		3	Mercado competitivo sin ser regulados por instituciones de salud u otras	3	2	6
E	ECONÓMICA	4	La devaluacion de la moneda mexicana frente al dólar	3	2	6
		5	Aumento de la tasa de interés	3	3	9
		6	Clientes insatisfechos por fallas en los insumos alternos.	3	3	9
		7	Volatilidad en el tipo de cambio.	3	2	6
		8	Productos limitados a las adquisiciones de paises asiaticos	3	3	9
S	SOCIOCULTURAL	9	Cierre de vialidades por festividades locales	2	2	4
		10	Competencia desleal en el mercado.	2	2	4
		11	Bajo desarrollo economico del pais limita el poder de aumentar las capacidades del personal buscando el porvenir a nivel economico dejando atrás su mejora cultural			
T	TECNOLÓGICA	12	Robo de informacion electronica	3	2	6
		13	Hakeo de servidor	3	2	6
		14	Perdida de informacion	3	2	6
		15	Equipos de computo descompuestos	3	2	6
		16	Falta de equipos	3	2	6
E	ECOLÓGICA	17	Plagas, dentro de la empresa	2	2	4
		18	Contaminacion de insumos	2	2	4
		19	Incumplimiento de las normas establecidas en el sector salud para el manejo de desperdicios	2	2	4
L	LEGAL	20	Incumplimiento los requisitos de la NOM 241 en su nueva version	2	2	4
		21	Sueldos bajos	3	2	6
		22	Rotación de personal	3	2	6
		23	Incumplimiento legal y laboral en el sector industrial.	3	2	6



ANÁLISIS DE CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Factores Internos Clave		Valor		Grado de Riesgo
		Beneficio	Probabilidad	
FORTALEZAS		Beneficio	Probabilidad	Grado de Riesgo
1	Experiencia en generación de estrategias para la satisfacción del cliente.	2	2	4
2	Liderazgo y cultura: personal calificado, actualizaciones, capacitaciones para fortalecer el mismo.	2	2	4
3	Compromiso y sentido de pertenencia.	3	3	9
4	Cumplir con las expectativas del cliente.	2	3	6
5	Capacidad operativa para la satisfacción de las necesidades y expectativas de las partes interesadas.	1	3	3
6	Implementación del Sistema de Gestión de Calidad.	2	3	6
7	Implementación de estrategias para afrontar situaciones de emergencia.	3	3	9
8	Cumplimientos de requisitos específicos de acuerdo con la normatividad oficial mexicana.	3	3	9

DEBILIDADES		Severidad	Probabilidad	Grado de Riesgo
1	Alta Rotación de personal.	1	2	2
2	Débiles procesos de comunicación interna y externa.	2	3	6
3	No ser una empresa certificada.	1	1	1
4	Ausencia de soporte documental sobre la totalidad de la toma de decisiones.	2	1	2
5	Incumplimiento de pagos que atrasan la entrega oportuna de insumos, lo que genera consecuencias en la operación de la empresa.	1	2	2
6	La mayoría de costos y gastos (combustible, repuestos, mantenimiento) son de pago de contado, y debido al problema de flujo de caja, se ve la continuidad de la operación afectada.	1	1	1
7	Falta de realización de estudios de mercado.	2	2	4
8	Falta de gestión de mantenimiento a equipos.	2	2	4

ESTRATEGIAS INTERNAS (FODA)



ESTRATEGIAS

ANÁLISIS INTERNO

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Cumplimiento de obligaciones laborales, planes de capacitación y bienestar.

Alta Rotación de personal

Liderazgo y cultura: personal calificado, actualizaciones, capacitaciones para fortalecer el mismo.

Débiles procesos de comunicación interna y externa

Compromiso y sentido de pertenencia.

Falta de realización de estudios de mercado.

Se cumple con los requerimientos y expectativas del cliente

Incumplimiento de pagos que atrasan la entrega oportuna de insumos, lo que genera consecuencias en la operación de la empresa.

Capacidad operativa a satisfacción con las necesidades y expectativas de las partes interesadas

La mayoría de costos y gastos (combustible, repuestos, mantenimiento) son de pago de contado, y debido al problema de flujo de caja, se ve la continuidad de la operación afectada.

FODA

ANÁLISIS EXTERNO

ESTRATEGIAS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS OFENSIVA (F-O)	ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN (D-O)
Desarrollo de proyectos innovadores en el mercado.	Diseñar las estrategias financieras y de compras para que no se vea afectada la producción.	Diseñar e implementar un plan de optimización de la comunicación interna incluyendolo como prioridad en la planificación financiera estrategica.
Ubicación geográfica estratégica que permite amplitud de mercado.	Desarrollar proyectos en conjunto con los Proveedores estratégicos de tal manera que logren innovar en el mercado.	Implementar un sistema y análisis de costos para la empresa.
Amplia disponibilidad de empresas para desarrollar como proveedores y/o clientes.		Invertir en otros medios de comunicación, para poder ofrecer los servicios que tiene la empresa.
Capacitacion en equipos de programación de ultima tecnología a los colaboradores.		Dada la buena relación de la gerencia comercial con los Clientes analizar las posibles estrategias a establecer para lograr su fidelización.
Generación de empleos directos e indirectos.		
Horarios flexibles para los colaboradores.		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (F-A)	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (D-A)
El programa de gobierno se adecua a las necesidades y expectativas de la empresa por el cambio de presidente.	Planificar cada uno de los gastos, para tener una mejor administracion de los recursos.	Desarrollar una mejora continua dentro de la organización, para distribuir bien los recursos.
Cambios en los tratados de comercios para poder exportar nuestros productos.	Convertir la empresa competitiva a nivel nacional mostrando buenos resultados empresariales y financieros.	Mantener actualizado el inventario de almacén para su mejor planeación de sus compras.
Clientes insatisfechos por fallas en los insumos.	Planificar las entregas y recolecciones de materiales para evitar atrasos en producción.	Fortalecer y promover las alianzas estratégicas con los proveedores principales.
Cierre de vialidades por festividades locales.	Mantener actualizado el talento humano en requisitos legales, y procesos internos.	
Sueldos bajos.		

En donde se encuentra..!!!

- **Análisis del contexto de la organización (foda)**

GAN-PNO-SGC-17 (V4)

Manual de Calidad

GAN-MAN-SGC-01

MATRIZ DE PARTES INTERESADAS			
PARTE INTERESADA	NECESIDADES Y EXPECTATIVAS	PLANIFICACION EN EL SISTEMA DE GESTION	INFORMACION DOCUMENTADA
ACCIONISTAS / PROPIETARIOS	Productividad, costos, rentabilidad, beneficio y el crecimiento de nuestra organización	control de la producción, facturas, costos, control del proceso productivo	Registros de producción Registros de contratos Registros de costos SGC
CLIENTES	Relación calidad / Precio competitiva	Control y mejora de los procesos, ajustes de los costos de producción, optimización de los recursos (humanos y materiales)	Registros de producción Registros de costos
	Adaptar el producto / servicios a sus necesidades	Control del proceso de diseño	Proyecto de Diseño
	Atención antes y despues del producto	Capacitación y formación del personal adecuada Metodología de atención al cliente	Matriz de Capacitación Plan de Formación Procedimientos RH
	Alta satisfacción del cliente	Metodología implementada	Encuestas de Satisfacción al cliente
TRABAJADORES	Formación y adiestramiento adecuado	Metodología de formación y capacitación	Plan de formación
	Seguridad en el trabajo	Metodología de prevención de riesgos laborales	Registro de equipos de protección
	Buen ambiente de trabajo, estabilidad laboral	Planes de promoción	
COMPETIDORES	Investigación de la competencia para evitar ser desbancados y estar alerta en cuanto a innovación y desarrollo, imagen de marca y posicionamiento	Identificación del contexto de la organización y gestión de riesgos	Matriz de riesgos

SOCIEDAD	Respeto al medio ambiente, el impacto de nuestra actividad en la sociedad y nuestra imagen corporativa para no causar malestar social	Procedimientos de gestión ambiental Identificación de impactos	Registros asociados
PROVEEDORES	cobrar a tiempo	Procedimiento de proveedores	órdenes de compra y subcontratación
	Requisitos bien definidos		
ADMINISTRACIONES PUBLICAS	Cumplimiento de la legislación	Requisitos legales	Gestión de legislación
	Permisos y licencias		Tramites
	Presentación de licitaciones	ofertas y contratos	Oferta de licitación

PARTES INTERESADAS Y LA RELACION CON LOS PROCESO DEL SGC

PARTES INTERESADAS	REQUISITOS	PROCESO DEL SGC
CLIENTES	* Ordenes tomadas con precisión * llegada a tiempo de los productos * todos los productos cumplan con las especificaciones	* Proceso de ventas y atención al cliente * proceso de envío y logística * proceso de inspección
PROVEEDORES	* Órdenes de compra * pago puntual de las facturas	* Proceso de compras * proceso de cuentas por pagar
EMPLEADOS	* Instrucciones claras y formación * pagos precisos y a tiempo * resolución de quejas	* Proceso de entrenamiento * proceso de nómina * proceso de recursos humanos
DIRECTIVOS Y GERENTES	* Información actual para la toma de decisiones	* Proceso de revisión por la dirección * presentación de informes sobre los objetivos de la calidad
PROPIETARIOS	* Recibir rendimiento favorable de la inversión	* Proceso de finanzas
COMUNIDAD	* No haya trafico excesivo de camiones	* Proceso de logística y envío

ORGANISMOS LEGALES Y REGLAMENTARIOS	* Cumplimiento de los reglamentos y normas aplicables	* Listado de los reglamentos y normas aplicables
	* cumplimiento de las leyes aplicables	
	* generación de informes de actividades legales	



Factores Internos Factores Externos	FORTALEZAS (F) (Aumentar / Consolidar) (+)	DEBILIDADES (D) (Disminuir) (-)
OPORTUNIDADES (O) (Aprovechar)	ESTRATEGIAS (FO) Maximizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades	ESTRATEGIAS (DO) Minimizar debilidades aprovechando oportunidades
AMENAZAS (A) (Neutralizar)	ESTRATEGIAS (FA) Maximizar las fortalezas para evitar o reducir el impacto de las amenazas	ESTRATEGIAS (DA) Minimizar las debilidades y evitar amenazas

GRACIAS...!!!!

EDGAR SILVA HERNANDEZ

Jefe de Aseguramiento de Calidad

E-mail: esilva@medicapolaris.com

Tel: 56971379 – 56706276 Cel: 55 3398 5771 EXT. 345

Calle Ganaderos N°234 Col. Granjas Esmeralda C.P 09810