**TALLER PRÁCTICO DETERMINAR EL CONTEXTO INTERNO Y EL CONTEXTO EXTERNO DE LA ORGANIZACION**

**CLAUDIA ESPERANZA CIFUENTES ORTIZ**

**COD.: 11224071**

**MARTHA LUCIA GONZÁLEZ ARDILA**

**COD.: 11224050**

**NORMA CATHERINE LEDESMA NOVOA**

**COD.: 11224048**

**SAMIR ANDRES RODRIGUEZ BAZA**

**COD.:** **11224014**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC**

**ESPECIALIZACIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO**

**GESTIÓN DEL RIESGO**

**BOGOTÁ, D.C.**

**TABLA DE CONTENIDO**

[1. Actividad 3](#_Toc105775413)

[2. Actividad Económica 3](#_Toc105775414)

[2.1. Análisis DOFA 4](#_Toc105775415)

[2.2. Análisis PESTEL 6](#_Toc105775416)

# Actividad

Elijan una organización de su preferencia y describan brevemente su actividad económica.  Utilizando la herramienta DOFA determine el contexto interno y el contexto externo de la organización (Mínimo dos criterios por cada factor - Debilidad, Oportunidad, Fortaleza y Amenaza)

Utilizando la herramienta PESTEL y el contexto externo de la organización identificado con DOFA, establezca la planeación estratégica de la organización (Máximo dos párrafos)

# Actividad Económica

**Empresa**: TUV Rheinland Colombia

Personas y empresas de todo el mundo han depositado su confianza en TÜV Rheinland Group desde 1872. Utilizamos nuevas ideas, experiencia y una sólida red global para contribuir al desarrollo de productos, servicios, sistemas y personas y hacerlos más competitivos. Al hacerlo, estamos trabajando hacia un futuro que pueda satisfacer las necesidades tanto de la humanidad como del medio ambiente a largo plazo. Asesoramiento, desarrollo, promoción, examen y certificación: estos servicios inspiran a nuestros clientes todos los días.

* TÜV Rheinland es un organismo de certificación e inspección de origen alemán y presencia internacional, que garantiza el cumplimiento de las normas de inspección aplicables a productos, procesos y servicios. ​
* TÜV Rheinland, ofrece servicios técnicos independientes para la calidad, la seguridad y el medio ambiente. Con más de 17.200 colaboradores expertos en las diferentes disciplinas en todo el mundo, ofrecemos nuestros servicios a través de más de 500 oficinas distribuidas en 65 países. ​
* Nuestro principal objetivo es conservar y proporcionar credibilidad a todas las partes interesadas, así como los productos que en la concesión de un permiso utilizan nuestra marca.
* TÜV Rheinland Colombia es una sociedad por acciones simplificadas matriculada el miércoles 30 de marzo de 2011 en la cámara de comercio de Bogotá. Esta empresa se dedica principalmente a otras actividades de servicio de apoyo a las empresas.

***Actividades Económicas Relacionadas:***

8299: Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas N.C.P.

7120: Ensayos y análisis técnicos.

7020: Actividades de consultoría de gestión.

7110: Actividades de Arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica.

##  Análisis DOFA

 Evaluación de la capacidad interna de una organización para definir su estrategia.

|  |
| --- |
| **ANÁLISIS CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN** (ANÁLISIS DOFA) |
| **DEBILIDADES** | **OPORTUNIDADES** |
| **1.** Son pocas las estrategias de mercadeo y comercialización, lo que genera desconocimiento hacia los clientes potenciales de los alcances y servicios ofertados por la organización.**2.** La marca “TUV RHEINLAND COLOMBIA” no es tan reconocida a nivel nacional como lo es en Europa y en algunos países de américa latina.3**.** La Participación y presencia en escenarios como ferias, congresos, eventos, mesas de normalización, paneles, entes reguladores es baja lo que impide un posicionamiento constante de la marca.4. Mitigar impacto en el margen de error para los productos de nueva generación, propiciando eficiencia y eficacia.5. Fomentar estrategias que permitan reducir o controlar el riesgo público al que se encuentran expuestos los colaboradores. | **1.** Creciente demanda de servicios de inspección/ verificaciones por cambios normativos y resoluciones nacionales e internacionales aplicables.**2.** Desarrollo de nuevos servicios por el crecimiento socio económico del país, Nuevos proyectos de infraestructura.**3.** Acceso a mercados internacionales.4, Adaptabilidad a los cambios globales.5. Generación de empleo el cual permite el desarrollo económico del País.6. Contribución a los recursos naturales y fortalecimiento del medio ambiente |
| **FORTALEZAS** | **AMENAZAS** |
| **1.** Buen nombre y prestigio de la marca TUV RHEINLAND a nivel mundial.**2.** El soporte y presencia en varios países, optimiza los tiempos y costos operacionales.**3.** Buena atención y comunicación con los clientes, fidelización de los mismos.**4.** Puntualidad en la gestión y entrega de compromisos adquiridos.**5.** Precios competitivos en el sector.6. Pacto Mundial de las Naciones Unidas para promover la sostenibilidad y combatir la corrupción.7, La selección del personal idóneo y competente para cada labor. | **1.** Los competidores cada día está más preparados y ofreciendo nuevos servicios.**2**. Inestabilidad económica del país.**3.** Fuerte competencia de otras multinacionales del mismo sector con mayor trayectoria en el país.4. La falta de exposición de las P del Marketing en el País. |

## Análisis PESTEL

Factores externos que afectan a una empresa.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **P****POLÍTICO** | * Gobierno
* Clima Político
* Conflictos
 | * Leyes de protección medioambiental.
* Leyes para la contratación de personal.
* Leyes del trabajo.
* Conflictos multilaterales entre los Países.
 |
| **E****ECONÓMICO** | * Impuestos
* Crisis
* Costos
 | * Es un sector que impulsa y es creador de empleos en Colombia.
* Incremento de costo y gastos.
* Presión tributaria.
* Estructura del capital y fuentes de financiación.
 |
| **S****SOCIAL** | * Demografía
* Nivel de Educación
 | * Estructura de clases sociales.
* Intereses culturales del sector.
* Cultura de la población.
* Inclusión laboral.
* Nivel académico
 |
| **T****TECNOLÓGICO** | * TIC
* Patentes
* Infraestructura
 | * Nuevas tecnologías pueden crear nuevas oportunidades.
* Mantenerse actualizados sobre nuevas tecnologías.
* La Tecnología va directamente relacionada con la cadena de valor.
* Implementar la gestión del cambio de innovación
 |
| **E****ECOLÓGICO** | * Medio ambiente
* Consumo
 | * Disminuir al máximo el impacto negativo y/o deterioro del ambiente.
* Mantener una política de responsabilidad en la correcta utilización y disposición de los residuos generados.
* Optimización de recursos.
* Promover el programa de uso y ahorro eficiente de energía a la comunidad.
* Implementar practicas amigables con el medio ambiente
* Compensar las afectaciones medioambientales.
 |
| **L****LEGAL** | * Legislación
* Reglamentación Nacional
* Decretos distritales
 | * Mantenerse actualizados sobre las exigencias normativas establecidas.
 |

# Planeación estratégica de la organización

De acuerdo al análisis interno de la organización a través de la matriz DOFA y el análisis de los factores externos mediante la matriz PESTEL, determinamos la planeación estratégica de la organización:

* Se deberá realizar análisis de precios con varios proveedores y así establecer negociación de precios de manera estable.
* Se deberá verificar los impuestos y su cumplimiento en la organización por el aumento de impuestos por la nueva regulación.
* Generación de acuerdos o acciones para reducir la demora en pagos por parte del cliente.
* Realizar un seguimiento oportuno de los cambios normativos y legislativos para ser integrados en el proyecto y evitar multas o acciones legales que lo afecten.
* Fortalecer el plan integral de gestión ambiental d ela organización
* Fomentar buenas prácticas amigables con el medio ambiente
* Establecer estrategias con el fin de proteger presupuestos y prever crisis económicas futuras a la que se ven enfrentadas muchos países.
* Crear un programa de capacitación e inclusión a las personas con menos estudio y acoger a las personas idóneas en aptitud y aprendizaje.
* Estar a la vanguardia del método de Marketing.