



TITULACIÓN

TESIS PROFESIONAL

“Diseño de un modelo de gestión de la calidad para microempresas de la región de Tuxpan, Ver”

PARA OBTENER EL TITULO DE

Ingeniero Industrial

PRESENTA

Alondra Anali Avila González

Jose Rodolfo Franco Del Angel

Katya Denisse Pérez Hernández

DIRECTOR DE TESIS

M.I.I Alma Aracely Pinte Luna



DEDICATORIA

Alondra Anali Avila González

La presente tesis está dedicada a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi vida y carrera universitaria. A Dios quien como guía estuvo siempre presente en mi día a día, bendiciéndome en los 4 aspectos de mi vida, dándome fuerzas para continuar y nunca rendirme para poder alcanzar todas las metas que me he propuesto.

Y a varios docentes que tuve durante mi formación universitaria, los cuales me ayudaron tanto en mi formación profesional y como ser humano, dejándome buenas lecciones de vida y excelentes consejos.

José Rodolfo Franco Del Ángel

La presente tesis está dedicada a Dios por darme vida, salud y la suficiente capacidad para desarrollar este gran trabajo. A mi familia por ser el principal motor para el logro de esta grandiosa meta como estudiante y por su gran apoyo a lo largo de la carrera universitaria.

A mis maestros que contribuyeron con su granito de arena en la formación como profesional, gracias a todos ellos por su amistad, sus consejos y por los buenos momentos que pasamos durante la estancia en la universidad.

Katya Denisse Pérez Hernández.

La presente tesis la dedico con mucho cariño a mis padres y a mis abuelos, ya que desde pequeña estuvieron en mi vida apoyándome para lograr ser una persona que pueda valerse por sí misma, dándome sus consejos, su cariño y comprensión.

También de igual manera dedico esta tesis a Dios por estar siempre presente en mi vida y por darle a mi familia y a mí, salud y prosperidad para poder lograr salir adelante en el reto más difícil que es la vida. De igual manera debo mencionar a mi hermano Angel, que aun siendo menor que yo ha estado en todo momento para mí y alegrarme mis días tristes, a mis amigas y personas especiales que han estado conmigo a ellos también les dedico esta tesis.

A mis docentes que estuvieron en lo largo de la carrera, que gracias a sus conocimientos y paciencia, pude lograr adquirir valiosos aprendizajes.



AGRADECIMIENTOS

Alondra Anali Avila González

Quisiera aprovechar estas líneas para agradecerle principalmente a Dios que me dio la fortaleza, perseverancia, sabiduría y sobre todo un gran espíritu de lucha durante mi formación profesional y a lo largo de toda mi vida.

También a mis padres Antonio y Karina, por el inmenso apoyo que me han brindado siempre, por creer en mí, por inculcarme los valores que me caracterizan como persona y por nunca dejarme sola en todas y cada una de las metas que me he propuesto.

De igual manera a mi hermano, ya que siempre ha estado para mí y sabe aconsejarme en los momentos difíciles que se me presentan, y siempre brinda un cariño incondicional.

Asimismo me gustaría agradecerle a mi asesora interna, la ingeniero Alma Araceli Pinete Luna, ya que con sus conocimientos brindados durante este proyecto y sus asesorías impartidas, pudimos aclarar las dudas que se nos iban presentando y a su vez se pudo terminar la tesis de manera satisfactoria.

Y por último, pero no por eso menos importante me gustaría agradecerles a mis compañeros de proyecto, ya que a pesar de la situación de la pandemia que estamos viviendo hoy en día, siempre se llegaron a buenos acuerdos, además de que resolvimos los problemas que se nos iban presentando y se pudo trabajar en equipo de forma conjunta y organizada durante todo el transcurso de documentación y elaboración de dicho trabajo, además de qué sin ellos y su ayuda, esto no hubiese sido posible.



José Rodolfo Franco Del Angel

De forma explícita quiero agradecer a todas las personas que fueron de gran ayuda para el logro de cada una de las metas como persona y estudiante.

En primer lugar quiero agradecer a Dios por permitirme tener vida y salud para lograr cada una de las metas que me he propuesto.

Agradezco a mis padres Victoria y Rodolfo, por el amor, la confianza y su apoyo incondicional que me han brindado en cada momento. También quiero agradecer a mis hermanos, abuelos, primos y demás familiares por su apoyo y cariño.

A todos mis maestros del Tecnológico de Álamo agradecido por impartirme sus conocimientos y por su apoyo en los buenos y malos momentos.

Asimismo no debe faltar mi más profundo agradecimiento a la asesora interna, la maestra Alma Aracely Pinete Luna por darnos el voto de confianza de trabajar con ella, por impartirnos sus conocimientos, resolver cada una de las dudas y principalmente por su disponibilidad en todo momento.

Todos ellos han contribuido de forma directa para el logro de esta meta. ¡Mis más sinceros agradecimientos a todos ellos!



Katya Denisse Pérez Hernández

En momentos de la vida reflexionamos sobre las cosas importantes que se han realizado a través del tiempo, pues bien, este proyecto refleja la oportunidad para poder aplicar los conocimientos que hemos adquirido en la carrera de Ingeniería industrial.

En primer lugar queremos agradecer a Dios por darnos la vida y mostrarnos los caminos para llegar hasta donde ahora estamos; brindarnos la sabiduría y la capacidad de tomar decisiones inmediatas en nuestras vidas.

Quiero darle las gracias a mis padres ya que estuvieron dándome el apoyo para ir escalando cada peldaño de esta carrera, así como también dándome el ejemplo de superación y constancia, de igual manera a mi abuela que siempre ha estado motivándome y aconsejándome para poder seguir adelante, de igual manera a mi hermano y amigos que fomentaron en mí el deseo de superación.

Asimismo agradecerle a mi asesora la Ingeniera Alma Aracely Pinete Luna ya que estuvo con nosotros apoyándonos, dándonos asesorías, aportes de sus conocimientos, recomendaciones y sobre todo la dedicación que tuvo con nosotros para el desarrollo de la tesis.

Por ultimo agradecerles a todos los maestros que estuvieron en el transcurso de la carrera impartiendo con gran entusiasmo las clases, siendo también ejemplos a seguir y fomentando en nosotros la sabiduría y ayudándonos a adquirir valiosos conocimientos para nosotros como futuros ingenieros industriales.



RESUMEN

Se desarrolló un modelo de gestión de la calidad para microempresas del municipio de Tuxpan Veracruz, con base en la norma ISO 9001:2015 con la finalidad de aumentar la rentabilidad y satisfacer mejor las necesidades de los consumidores. La necesidad surge debido a que actualmente muchas tiendas de abarrotes no cuentan con procesos de mejora continua, que les permita ser competitivos en un mercado cada vez más demandante.

Para realizar el modelo se utilizó el ciclo de calidad propuesto por Deming. En primer lugar se realizó un diagnóstico preliminar donde se estudiaron el 10% de las tiendas de abarrotes para determinar el nivel de cumplimiento de acuerdo a los apartados que establece la norma ISO 9001:2015. Luego se definió la planeación estratégica para definir el rumbo de la organización y llevarla por buen camino. Posteriormente se estableció la información documentada donde se elaboraron formatos, un manual de calidad y documentación auxiliares. Finalmente se realizó una nueva evaluación para determinar el nivel de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015.

Los resultados que se obtuvieron fueron una estructura documental y un manual de calidad donde se encuentra establecido los procedimientos que dan sustento al modelo de gestión de la calidad de las pymes.

Para este trabajo se manejó una investigación tipo explicativa donde se busca establecer la relación causa- efecto de poner en marcha un modelo de gestión de la calidad analizando sus respectivas ventajas y desventajas. Finalmente en la validación de resultados la hipótesis alternativa fue aceptada.



ÍNDICE TÉMatico

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	vi
ÍNDICE TÉMatico	vii
LISTA DE FIGURAS.....	xi
CAPÍTULO I	14
INTRODUCCIÓN	14
1.1 ANTECEDENTES.	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	17
1.3 JUSTIFICACIÓN.	18
1.4 HIPÓTESIS.	19
1.5 OBJETIVOS GENERALES Y PARTICULARES.	20
1.6 METAS.....	21
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO	22
2.1 QUE ES LA ISO.....	22
2.1.1 NORMAS DE LA SERIE ISO 9000	23
2.1.2 QUE ES LA ISO 9001	24
2.1.2 NORMA ISO 9001:2015.....	25
2.1.3 ESTRUCTURA DE LA ISO 9001:2015	26
2.1.4 CAMBIO DE LA ESTRUCTURA DE LA NORMA ISO 9001-2015.	27
2.2 DEFINICIÓN DE CALIDAD SEGÚN LOS AUTORES.	28
2.3 QUE ES GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	29
2.3.1 PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.....	30
2.4 BENEFICIOS DE LA NORMA ISO 9001-2015 EN LAS PYMES.....	31
2.5 CICLO DE LA CALIDAD.....	32
2.5.1 PLANEAR.	33
2.5.2 HACER.	34
2.5.3 VERIFICAR.	35
2.5.4 ACTUAR.	36
2.6 HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR LA CALIDAD.	37



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2.6.1 HISTOGRAMAS.....	38
2.6.2 LLUVIA DE IDEAS.	40
2.6.3 DIAGRAMA DE PARETO.....	42
2.6.4 CHECK LIST.	43
2.7 GESTIÓN DE RIESGOS.	46
CAPÍTULO III.....	47
ESTADO DEL ARTE	47
CAPÍTULO IV	51
METODOLOGÍA	51
3.1 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.	51
3.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS PYMES.	55
3.2.1 CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN.....	55
3.2.2 NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS. ...	57
3.2.3 ALCANCE DEL SGC.	58
3.2.4 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SUS PROCESOS.	60
3.2.5 POLÍTICA DE CALIDAD.	64
3.2.6 DEFINICIÓN DE ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD EN LA ORGANIZACIÓN.....	65
3.2.7 GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES.....	66
3.2.8 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS.74	
3.2.9 PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS.....	74
3.2.10 MAPA DE PROCESOS.	75
3.3 ESTRUCTURA DOCUMENTADA EN LAS PYMES.....	76
3.4 MEJORAS AL SGC DE PYMES	80
CAPÍTULO V.....	83
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	83
CONCLUSIONES	88
ANEXOS	91
1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN:.....	402
2. REFERENCIAS NORMATIVAS:.....	402
3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES DEL SGC:.....	402
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN.....	403
4.1. COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO.....	403



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

4.2. COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS.	403
4.3. ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.	404
4.4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS.	404
5. LIDERAZGO.	404
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO.	404
5.1.1. ENFOQUE AL CLIENTE.	405
5.2. POLÍTICA.	405
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN.	405
6. PLANIFICACIÓN.	405
6.1. ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES.	405
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS.	406
6.3 PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS.	406
7. APOYO.	406
7.1 RECURSOS.	406
7.1.1 GENERALIDADES.	407
7.1.2 PERSONAS.	407
7.1.3 INFRAESTRUCTURA.	409
7.1.4 AMBIENTE PARA LA OPERACIÓN DE LOS PROCESOS.	411
7.1.5 RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN.	412
7.1.6 CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	412
7.2 COMPETENCIA.	412
7.3 TOMA DE CONCIENCIA.	413
7.4 COMUNICACIÓN.	413
8. OPERACIÓN.	413
8.1 PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL.	413
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	414
8.2.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE.	414
8.2.2 DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	416
8.2.3 REVISIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	416



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

8.2.4 CAMBIOS EN LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	417
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	417
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE.	417
8.4.1 GENERALIDADES COMO LO VOY A CONTROLAR.	417
8.4.2 TIPO Y ALCANCE DEL CONTROL.	418
8.4.3 INFORMACIÓN PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS.	418
8.5 PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO.	418
8.5.1 CONTROL DE LA PRODUCCIÓN Y DE LA PROVISIÓN DE SERVICIOS.	419
8.5.2 IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD.	419
8.5.3 PROPIEDAD PERTENECIENTES A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS.	420
8.5.4 PRESERVACIÓN.	420
8.5.5 ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA.	421
8.6 LIBERACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	421
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES.	422
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.	424
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN.	424
9.1.1 GENERALIDADES.	424
9.1.2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.	424
9.1.3 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN.	425
9.2 AUDITORIA INTERNA.	429
10. MEJORA	430
10.1 GENERALIDADES.	430
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCIÓN CORRECTIVA.	431
10.3 MEJORA CONTINUA.	431
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	432



LISTA DE CUADROS

CUADRO 1: POLÍTICA DE CALIDAD DE TIENDAS DE ABARROTRES.	64
--	----

LISTA DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1: NIVEL DE CUMPLIMIENTO ISO 9001:2015 EN TIENDAS DE ABARROTRES.	52
GRÁFICA 2: PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE TIENDAS DE ABARROTRES DE ACUERDO A ISO 9001:2015.	52
GRÁFICA 3: HISTOGRAMA NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE NORMA ISO 9001:2015 EN TIENDAS DE ABARROTRES.	53
GRÁFICA 4: EVALUACIONES DE CUMPLIMIENTO DE LA ISO EN PYMES.	87

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: HISTOGRAMA NORMAL	38
FIGURA 2: HISTOGRAMA ASIMÉTRICA.	39
FIGURA 3: HISTOGRAMA BIMODAL.	39
FIGURA 4: HISTOGRAMA DOBLE.	39
FIGURA 5: AMENAZAS, VULNERABILIDAD Y RIESGO.	46
FIGURA 6: PROCESOS EN LAS TIENDAS ENCUESTADAS DEL MUNICIPIO DE TUXPAN VER.	75
FIGURA 7: DIAGRAMA DE FLUJO DE RECLUTAMIENTO	408
FIGURA 8: LAY OUT TIENDA DE ABARROTRES.	410
FIGURA 9: DIAGRAMA DE PRODUCTO NO CONFORME.....	423



LISTA DE TABLAS

TABLA 1: DESCRIPCIÓN DE CAPÍTULOS DE LA NORMA ISO 9001:2015.	26
TABLA 2: COMPARACIÓN DE CAMBIOS EN LA ISO 9001:2008 E ISO 9001:2015..	27
TABLA 3: ESTADO DEL ARTE PARA PYME.	48
TABLA 4: RESUMEN DE LA EVALUACIÓN DE LAS TIENDAS DE ABARROTOS EN TUXPAN VER.	51
TABLA 5: ANÁLISIS FODA GENERAL DE TIENDAS DE ABARROTOS DE TUXPAN VER.	56
TABLA 6 : COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS EN LAS TIENDAS DE ABARROTOS DE TUXPAN.....	57
TABLA 7: ALCANCE DEL MODELO DEL SGC DE LAS PYMES.	59
TABLA 8: PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN TIENDAS DE ABARROTOS.	61
TABLA 9: PROCESO DE COMPRAS AL PROVEEDOR.	63
TABLA 10: DEFINICIÓN DE ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD EN LA ORGANIZACIÓN.	65
TABLA 11: GESTIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS EN TIENDAS DE ABARROTOS. .	67
TABLA 12: PARÁMETROS PARA EVALUAR LA SEVERIDAD DE LOS RIESGOS. .	68
TABLA 13: PARÁMETROS PARA EVALUAR LA OCURRENCIA DE RIESGOS.	69
TABLA 14: MATRIZ DE RIESGO.	69
TABLA 15: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES EN LAS TIENDAS ENCUESTADAS DEL MUNICIPIO DE TUXPAN VER.	70
TABLA 16: ACCIONES PARA RIESGOS DE LAS TIENDAS ENCUESTADAS DEL MUNICIPIO DE TUXPAN VER.	72
TABLA 17: ACCIONES PARA OPORTUNIDADES DE LAS TIENDAS ENCUESTADAS EN EL MUNICIPIO DE TUXPAN VER.	72
TABLA 18: VERIFICACIÓN DE ACUERDO A LAS TIENDAS ENCUESTADAS DEL MUNICIPIO DE TUXPAN VER.	73
TABLA 19: OBJETIVOS Y PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD.	74
TABLA 20: PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS DE ACUERDO A LAS PYMES ENCUESTADAS.	75
TABLA 21: CONTROL DE INFORMACIÓN DOCUMENTADA EN LOS FORMATOS UTILIZADOS.	78
TABLA 22: FORMATO MATRIZ DEL DESEMPEÑO.	80
TABLA 23: FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.	81
TABLA 24: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN.	83
TABLA 25: SIGNIFICADO DE SIMBOLOGÍA.	84
TABLA 26: DATOS DE LA OPERACIÓN.	84
TABLA 27: EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO ISO 9001:2015.	85
TABLA 28: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.	86
TABLA 29: EVALUACIONES DE NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE NORMA ISO 9001:2015.	86



LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA A CLIENTES DE LOS ABARROTES.....	91
ANEXO 2: ANÁLISIS FODA.	98
ANEXO 3: DIAGNÓSTICOS DE LAS TIENDAS DE ABARROTES.....	113
ANEXO 4: ALCANCES DEL SGC.....	123
ANEXO 5: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS DE LAS TIENDAS DE ABARROTES. ..	143
ANEXO 6: ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE.	163
ANEXO 7: POLÍTICA DE CALIDAD.	165
ANEXO 8: RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL.	175
ANEXO 9: FORMATOS PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES.	176
ANEXO 10: OBJETIVOS DE CALIDAD.....	232
ANEXO 11: PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS.....	233
ANEXO 12: FORMATO DE MANTENIMIENTO.	234
ANEXO 13: TOMA DE CONCIENCIA.....	235
ANEXO 14: COMUNICACIÓN.....	236
ANEXO 15: ORDEN DE PEDIDOS.	237
ANEXO 16: FORMATO EVALUACIÓN PROVEEDORES EXTERNOS.	238
ANEXO 17: FORMATO CONTROL DE INVENTARIOS.....	239
ANEXO 18: FORMATO LIBERACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	240
ANEXO 19: CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES.	241
ANEXO 20: DIAGNÓSTICOS DE TIENDAS DE ABARROTES.	242
ANEXO 21: ENCUESTA A TIENDAS DE ABARROTES	382
ANEXO 22: MANUAL DE CALIDAD.	402



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La presente tesis fue elaborada con el apoyo de la ISO 9001:2015 la cuál ayuda a las pymes a documentar las mejoras prácticas de gestión de calidad para cumplir y exceder las expectativas de los clientes, además las ventajas de esta ISO son: Mejora la organización de la pyme al ayudar a sistematizar las operaciones, permite tener un mayor control en el desempeño de los procesos, mejora la capacidad de los empleados al recaudar más información de los procesos o servicios, incrementa la motivación y compromiso de cada empleado, se busca la satisfacción del cliente para que las pymes puedan mejorar.

En el municipio de Tuxpan Ver, se buscaron analizar pymes enfocadas en tiendas de abarrotes, se realizó una muestra equivalente al 10% de la totalidad del número de tiendas de abarrotes del municipio, por lo tanto de acuerdo a la cantidad de pymes encuestadas se procedió a realizar un diagnóstico para conocer si utilizaban los apartados que tiene la ISO 9001:2015 y como resultado se obtuvo que existía un bajo porcentaje, pero en base a esto, se procedió a desarrollar cada uno de los capítulos de la ISO, enfocados en las pymes elegidas del municipio de Tuxpan Ver, procediendo a aplicar los formatos correspondientes para conocer que deficiencia existe en las 10 tiendas de abarrotes seleccionadas.

Se realizó un manual de calidad que se encuentra en el apartado de resultados, este tiene el fin de ayudar a los dueños de tiendas de abarrotes a que su negocio pueda aplicar la mejora continua de la calidad la cual pretende mejorar productos, servicios y procesos. El método utilizado fue el PVHA o también conocido como PDCA, la cual ayuda a la disminución de fallas, el aumento de la eficacia y eficiencia, la solución de problemas, y la previsión y eliminación de riesgos potenciales.



1.1 ANTECEDENTES.

En el municipio de Tuxpan de Rodríguez Cano Veracruz, tiene como su principal factor económico la ganadería, pesca y el cultivo de cítricos, además cuentan con pymes enfocadas en la fabricación y mantenimiento de plataformas marinas, desguace de buques, industria petrolera entre otras, lo que ha generado que Tuxpan tenga un carácter industrial-portuario, y sea un lugar receptor de importantes inversiones.

De acuerdo al sistema de información municipal de Tuxpan, Ver del año 2016; El sector primario es aquel que abarca las actividades enfocadas en la obtención o extracción de materias primas a partir de recursos naturales en el cual Tuxpan cuenta con el 9.6% de personas que trabajan en este sector, el sector secundario, por su parte, es el que se encarga de procesar y transformar estas materias primas en bienes o productos para el consumo. Es el sector industrial, caracterizado por el uso de maquinaria, el 21.0% de la población se dedica al trabajo de este ramo de la economía, y finalmente el 67.3% se dedica al sector terciario el cual engloba todas las actividades económicas relacionadas con los servicios. En este sentido, no produce bienes materiales, sino que se encarga de hacer llegar los productos elaborados por el sector secundario hasta el consumidor.

Sin embargo existen pymes que han comenzado sin necesidad de tener demasiado presupuesto y estas son las tiendas de abarrotes, las cuales tienen origen en la época de la conquista, el concepto de la palabra “abarrotes” comenzó a utilizarse en las colonias españolas de América, donde los establecimientos de venta quedaban “abarrotados” de víveres y otros productos tras la llegada de un buque al puerto procedente de España o de otras colonias. Además, se dice que la palabra es de origen gallego y durante el Virreinato se daba a los bultos con mercancía que transportaban las embarcaciones comerciales. Después de esto, las mercancías se conocieron como abarrotes, en lugar de los envoltorios.



En la ciudad de Tuxpan Ver., los abarrotes han adquirido notable importancia, pues tienen una participación muy importante en la población ya que es muy común visitarlos, pero debido a la gran demanda que tienen, las pymes se han ido actualizando, sin embargo no en todos los aspectos importantes, tal es el caso de la norma ISO 9001:2015, la cual ayuda a las pymes a documentar las mejores prácticas de gestión de calidad para cumplir y exceder las expectativas de los clientes.

Los antecedentes de la ISO 9001:2015, relatan en el año 1987 y se caracterizó por ser la primera norma elaborada por la ISO. Desde la creación de la ISO 9001 ha pasado por cuatro revisiones periódicas a lo largo de la historia. La primera revisión se realizó en 1994, donde una de las particularidades de esta norma fue la introducción del término “aseguramiento de la calidad”.

Posteriormente en el año 2000, se realizó una segunda revisión a la norma, donde una de las características más representativas de la norma estaba centrada en los procesos de gestión que fueran de gran ayuda para su correcta aplicación en las empresas y garantizaran la mejora del desempeño de las organizaciones.



1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Hoy en día la mayor parte de las tiendas de abarrotes existentes en la ciudad de Tuxpan Veracruz no cuentan con procesos de mejora continua que les permita ser competitivos en un mercado cada vez más demandante.

Por ende la gran parte de tiendas de abarrotes no tienen definido el rumbo y no llevan a cabo una planificación adecuada para enfrentarse a los diversos factores positivos y desfavorables.

En algunos de los casos algunas de estas tienditas abren sus puertas pero no logran permanecer o crecer dentro del mercado y esto es lo que orilla a los dueños de los establecimientos a cerrar en su totalidad.

Actualmente un ejemplo claro de una situación desfavorable para estas microempresas es la pandemia de covid-19 que ha afectado a todo el mundo y que ha ocasionado cierre de negocios por la crisis económica de los países, todo esto por el gran desabasto de productos ya que por condiciones sanitarias las grandes fábricas han acordado su capacidad de producción y de personal.

Otra de las necesidades que requieren las personas es que estas organizaciones ofrezcan productos y servicios de calidad, que logren satisfacer las necesidades de los consumidores en su totalidad. Ya que esto es un punto importante que toman en cuenta las personas a la hora de realizar sus compras en este tipo de mercado.



1.3 JUSTIFICACIÓN.

Las Pymes de hoy en día, son de gran ayuda para las personas, ya que logran satisfacer diversas necesidades importantes como por ejemplo, la alimentación de cada una de las personas. A lo largo del tiempo están han evolucionado y se han adaptado a las nuevas cuestiones cambiantes.

En el presente proyecto se va a diseñar un modelo de gestión de calidad para microempresas que se dedican a la venta de productos de abarrotes y que pertenecen a la región de Tuxpan Veracruz. Para el cual se estará utilizando la norma ISO 9001:2015 y el ciclo de la calidad de Deming (Ciclo PDCA).

El modelo a diseñar, permitirá que los establecimientos tengan un mejor control y así garanticen la venta de productos de calidad para todos los clientes. Una de las razones principales para la construcción de este modelo es que la gran parte de las tiendas de abarrotes no tienen definido el rumbo a seguir para generar un gran crecimiento y destacarse en el mercado, lo que no los hace competitivos y los desfavorece en gran parte con sus clientes al no aportar un plus que los haga seguir abasteciendo sus productos de consumo con ellos. Los beneficios que se esperan obtener al aplicar el modelo de gestión dentro de los establecimientos buscarán generar una reacción en cadena, en donde la calidad de los productos será una de las grandes prioridades a la hora de ser ofrecidos y ofertados al cliente y con ello se pueda lograr la satisfacción absoluta de los clientes. Otra de las partes beneficiadas con el diseño del modelo de gestión de la calidad serán los dueños de los establecimientos, ya que así ellos podrán ofrecer productos de calidad y además también tendrán ya bien definida su política y sus objetivos como microempresa, lo que también los hará tener un mejor posicionamiento y con esto tendrán mayores ingresos para sus tiendas.

Es decir que al implementar el modelo de gestión se prevén muchos beneficios, tanto para los clientes que son la parte que demanda y adquiere los productos en las tiendas, así como a los propietarios en sus diferentes aspectos



1.4 HIPÓTESIS.

Con un modelo de gestión de la calidad bajo la normativa ISO 9001:2015, las pymes lograrán satisfacer las necesidades de los consumidores además de que tendrán mejor crecimiento económico y aseguramiento de la calidad.



1.5 OBJETIVOS GENERALES Y PARTICULARES.

Objetivo General:

- Diseñar un modelo de gestión de la calidad para microempresas de la región de Tuxpan, Veracruz basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2015.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico para verificar el nivel de cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001:2015 en las microempresas.
- Definir la planeación estratégica de las pymes con base en los apartados 4, 5 y 6 de la norma ISO 9001:2015.
- Diseñar la estructura documental para el modelo de gestión de calidad.
- Verificar el comportamiento del sistema de gestión de calidad en la pymes para la realización de posibles mejoras.



1.6 METAS.

- Generar un estándar para el crecimiento de las pymes enfocadas en tiendas de abarrotes.
- Tener un nivel de cumplimiento del 90% en las pymes enfocadas en tiendas de abarrotes con respecto a la norma ISO 9001:2015.
- Evaluar el 10% de las pymes en tiendas de abarrotes en el municipio de Tuxpan Veracruz.
- Mejorar el sistema de calidad de servicio al cliente, para que de acuerdo a la norma ISO 9001:2015 se cumplan sus apartados en las pymes seleccionados para el proyecto, el cual sea iniciado en el año 2020.
- Diseñar un manual de calidad que tendrá como objetivo brindar el soporte necesario para el buen funcionamiento del SGC (Sistema de Gestión de Calidad), de las tiendas de abarrotes analizadas en la ciudad de Tuxpan Veracruz, de acuerdo a los lineamientos que establece la norma ISO 9001:2015.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 QUE ES LA ISO.

La ISO es un organismo no gubernamental internacional que se dedica a la elaboración de normas internacionales para empresas pertenecientes al sector público y privado.

En 1946 se creó la organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés) en la ciudad de Londres Inglaterra con miembros de 25 países con el objeto de “facilitar la coordinación internacional y la unificación de estándares industriales” (Gutierrez Pulido, 2010).

La sede de la ISO se encuentra ubicada en Ginebra Suiza, donde se encuentran sus oficinas administrativas.

De acuerdo a Camisón, Cruz & González (2006) el principal proposito de la ISO “Es la promoción mundial del desarrollo de la estandarización y de otras actividades vinculadas, a fin de facilitar el comercio internacional eliminando las barreras técnicas basadas en la certificación.”

Desde su fundación se han formulado una gran cantidad de normas internacionales, entre cuales destaca la ISO 9000 enfocada a la gestión de la calidad. Las normas formuladas por ISO tratan de ayudar a facilitar el desarrollo de actividades por parte de las empresas, por ello las normas ISO son revisadas de forma periódica mínimo cada 5 años para determinar si en realidad están satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

El nombre “ISO 9000” se inspiró en el término griego isos, que significa “igual”; esto se debe a que las normas pretenden establecer comparaciones entre compañías en igualdad de condiciones. (Evans & Lindsay, 2008)

Actualmente la ISO está conformada por miembros de 162 países, donde cada país tiene un representante que se encarga de realizar el voto correspondiente



2.1.1 NORMAS DE LA SERIE ISO 9000

De acuerdo a APCER (2020) la ISO 9000 utiliza normas de apoyo, informes técnicos y documentos orientadores que son de gran utilidad para la complementación de la norma. En cada una de las ediciones la ISO 9000 cuenta con normas de apoyo para su complementación. Se describen las normas de apoyo de la ISO 9000: 2015 más actualizadas en estos momentos. En total son 4 normas de apoyo que se describen a continuación:

ISO 9000:2015 La norma hace énfasis al vocabulario y fundamentos de la norma de sistemas de gestión de la calidad.

ISO 9001:2015 La norma hace referencia a los requisitos que deben cumplir los sistemas de gestión de la calidad.

ISO 9004:2009 La norma gestiona a las organizaciones en busca del éxito sostenido
Enfoque de gestión de la calidad ISO/TS 9002:20161 Sistemas de gestión de calidad.
Directrices para aplicar la ISO 9001:2015

Tomando en cuenta las normas auxiliares de apoyo son de gran importancia para las empresas para garantizar la calidad en cualquier momento, haciendo una gran diferencia entre empresas regulares e irregulares. Con ello, lograr un crecimiento constante satisfaciendo los requisitos y necesidades de los consumidores.

Sin lugar a dudas estas normas complementarias son de importancia para contribuir al cumplimiento de la norma ISO 9001:2015. (APCER, 2020, pp. 33)



2.1.2 QUE ES LA ISO 9001

“La norma ISO 9001 define los requisitos para la implantación de un sistema de gestión de la calidad. El objetivo principal de este estándar es, por medio de la mejora continua, conseguir la máxima satisfacción del cliente, en base a la fabricación de productos y prestación de servicios conformes. Este estándar es adecuado para cualquier tipo de negocio, sector y empresa, independientemente de su tamaño”. (Unterreiner & Gisbert Soler, 2019, pp. 88-89)

Las empresas utilizan esta norma para garantizar el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los consumidores. La primera edición de la norma ISO 9001 fue publicada en 1987 y se caracterizó por ser la primera norma elaborada por la ISO.

Desde la creación de la ISO 9001 ha pasado por cuatro revisiones periódicas a lo largo de la historia. La primera revisión se realizó en 1994, donde una de las particularidades de esta norma fue la introducción del término “aseguramiento de la calidad”.

Posteriormente en el año 2000, se realizó una segunda revisión a la norma, donde una de las características más representativas de la norma estaba centrada en los procesos de gestión que fueran de gran ayuda para su correcta aplicación en las empresas y garantizaran la mejora del desempeño de las organizaciones.

La tercera revisión de la norma ISO 9001 se llevó a cabo en el año 2008, en el cual se realizaron cambios muy pequeños que ayudaran a mejorar su implementación.

Finalmente la cuarta revisión de la norma se realizó en el año 2015 y actualmente es la versión más reciente donde se realizaron cambios muy grandes comparados con las versiones anteriores. Entre los cambios más destacados de esta versión involucra su estructura de alto nivel, que permite trabajar en conjunto con otras normas de gestión. También otra de las características de esta nueva versión hace hincapié en el enfoque basado en riesgos y la utilización del ciclo de calidad en todo momento.



2.1.2 NORMA ISO 9001:2015.

La ISO 9001:2015 fue publicada el 23 de septiembre del 2015, en ella se establecen los requisitos para el establecimiento de un sistema de gestión de la calidad para las organizaciones. El principal motivo por el que fue modificada la norma era que las empresas tuvieran un enfoque más actualizado de acuerdo a la realidad en que se vive.

La norma realizó grandes cambios comparados con las primeras tres revisiones que se realizaron. A continuación se explica una breve descripción de los cambios en la actual norma vigente:

Uno de los nuevos enfoques de la norma es el pensamiento basado en los riesgos que permite a una organización determinar los factores que podrían causar que los procesos se salgan de control y pongan en peligro la estabilidad del SGC.

Otro de los aspectos más relevantes que implementa la norma es el ciclo PHVA, que en anteriores ediciones se utilizaba solo en algunos apartados de la norma, pero ahora en esta nueva edición, lo establece en cada una de las etapas y lo considera como fundamental para el buen funcionamiento del SGC.

También en esta edición se sigue utilizando el enfoque a procesos, importante para las empresas porque permite llevar a cabo una planificación de todo lo que se realiza y las interacciones de los procesos.

Actualmente se conoce como controles externos de procesos, productos y servicios. La organización necesita asegurarse de los productos, procesos y servicios que provienen externamente cumplen con los requisitos.

Esto significa que usted podrá determinar los controles y la información que tiene que proporcionarse por los proveedores. La dirección de la empresa puede realizar todas las actividades necesarias para asegurarse de que su proveedor entregue lo que él espera. (Lemos, 2015)



2.1.3 ESTRUCTURA DE LA ISO 9001:2015

La norma ISO 9001:2015 se encuentra estructurada en 10 secciones o capítulos. Los primeros 3 capítulos no contienen requisitos algunos y hacen énfasis a información relativa a la norma como el objeto, campo de aplicación, las referencias normativas, términos y definiciones. Los requisitos que establece la norma para implantación de sistema de gestión de calidad se encuentran desde el capítulo 4 al capítulo 10. A continuación en la tabla 2.1 se muestra una breve descripción de cada uno de los capítulos que conforman la estructura de la ISO 9001:2015.

Tabla 1: Descripción de capítulos de la norma ISO 9001:2015.

Capítulo	Nombre del capítulo	Objetivo
Capítulo 4	Contexto de la organización	Se incluyen las acciones a realizar para que el sistema de gestión de la calidad sea establecido de forma correcta.
Capítulo 5	Liderazgo	Hace referencia al involucramiento de la alta dirección para el logro de objetivos como organización.
Capítulo 6	Planificación	En esta etapa se realiza un análisis de riesgo y de oportunidades. También en esta sección se realizan los objetivos de calidad.
Capítulo 7	Apoyo	Se establece todo lo que es necesario para ejecutar el sistema de gestión de la calidad. Además se realizan actividades de toma de conciencia, comunicación y documentación del sistema de gestión de la calidad.
Capítulo 8	Operación	Se aborda todo lo relacionado con los requisitos para realizar la planificación y control de los procesos. También se incluyen los requisitos para la elaboración de productos y servicios, desde su llegada hasta que son entregados al cliente.



Capítulo	Nombre del capítulo	Objetivo
Capítulo 9	Evaluación del desempeño	Se aborda el seguimiento que se lleva a cabo al sistema de gestión de la calidad para monitorear su comportamiento mediante evaluaciones y análisis detallados.
Capítulo 10	Mejora	Se realizan sugerencias para posibles mejoras del SGC.

2.1.4 CAMBIO DE LA ESTRUCTURA DE LA NORMA ISO 9001-2015.

Con respecto a la ISO 9001:2015 se mencionó que se realizaron varios cambios de forma rápida con respecto a una versión anterior.

Por ello en la siguiente tabla 2.2 se muestra una comparación de los principales cambios que sufrieron las normas ISO 9001:2008 e ISO 9001:2015.

Tabla 2: Comparación de cambios en la ISO 9001:2008 e ISO 9001:2015.

ISO 9001:2008	ISO 9001:2015
Productos	Productos y servicios
Exclusiones	No se utiliza (A no ser que la propia organización lo estime necesario en función de su tamaño, complejidad, etc.)
Representante de la dirección	No se utiliza (Se asignan responsabilidades y autoridades similares pero ningún requisito para un único representante de la dirección)
Documentación, manual de la calidad, procedimientos documentados, registros	Información documentada
Ambiente de trabajo	Ambiente para la operación de los procesos
Equipo de seguimiento y medición	Recursos de seguimiento y medición
Productos comprados	Productos y servicios suministrados externamente
Proveedor	Proveedor externo

Como resultado de la tabla anterior se puede afirmar que los cambios que se realizaron algunos de ellos cambiaron de nombre y algunos otros no son utilizados en la norma vigente.



2.2 DEFINICIÓN DE CALIDAD SEGÚN LOS AUTORES.

A lo largo de la historia el concepto de calidad ha evolucionado de forma constante, diversos autores han enunciado el término de forma diferente de acuerdo a sus pensamientos.

Por ejemplo por su parte Juran citado por (Evans & Lindsay, 2008), establecen que la calidad busca ofrecer productos que no cuenten con anomalías, para así lograr la satisfacción de los consumidores.

De acuerdo a este autor calidad es que un producto o servicio cumplan con los requisitos que el fabricante ha establecido y que estos garantizan que el cliente quede satisfecho.

Otro autor que da su punto de vista con respecto a calidad es González (2012) quien sostiene que “el término calidad procede del latín <<qualitas-atis>>, definido por el diccionario de la real academia española como <<la propiedad o el conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, menor o peor que las restantes de su especie>>.”(pp. 7)

Desde otra perspectiva la norma ISO citado por (Cantu Delgado, 2011), define a la calidad como la agrupación de características del producto y son las encargadas de determinar el nivel de satisfacción de las personas que adquieren los productos.

Estos son solo algunos autores que han dado a conocer su punto de vista con respecto al término calidad.

Las organizaciones o empresas consideran la calidad como un punto importante para su progreso. Por ello establecen medidas u actividades para garantizar la calidad.

Tal y como menciona Evans & Lindsay (2008) el aseguramiento de la calidad “se refiere a cualquier actividad planeada y sistemática dirigida a proveer a los clientes productos (bienes y servicios) de calidad apropiada, junto con la confianza de que los productos satisfacen los requerimientos de los clientes” (Gonzalez, 2012, pp. 4).



2.3 QUE ES GESTIÓN DE LA CALIDAD.

Un sistema de gestión de la calidad es la estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. Se aplica en todas las actividades realizadas en una empresa y afecta a todas sus fases, desde el estudio de las necesidades del consumidor hasta el servicio posventa. (Lopez Rey, 2005, pp. 12)

Asimismo Hernández Palma , Barrios Parejo, & Martínez Sierra (2018) sostienen:

Un Sistema de Gestión de la Calidad puede ayudar a tener un mejor control de cada uno de los procesos internos de una organización, desde un enfoque basado en procesos interrelacionados. Por ende, una cultura de la calidad debe estar basada en requisitos específicos como la satisfacción del cliente en toda su extensión y sobre la base del principio de mejora continua. (pp. 190-191)

Una característica particular de los modelos de gestión de calidad es su carácter global, dado que incluye la organización completa: personas, departamentos, facultades, actividades, procesos. Todos los miembros de la organización tienen el deber de identificar, controlar y mejorar los grados de calidad bajo su responsabilidad. (Cubillos Rodríguez & Roza Rodríguez, 2009)

Llevar a cabo una correcta gestión de la calidad de los productos y de los procesos de la empresa pueden generar una ventaja competitiva para la misma, tanto para su efecto positivo sobre las ventas (ventaja competitiva externa o de diferenciación), como por la posible reducción de los costos a largo plazo que se puede conseguir (ventaja competitiva de costes). (González, 2012, pp. 13)



2.3.1 PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.

“Los principios de gestión de la calidad son una regla básica para dirigir y operar una organización. Se enfoca en la mejora continua del desempeño a largo plazo, enfocándose en los clientes y determinando las necesidades de todas las partes interesadas”. (Noguez, 2015, pp. 66)

Se establecen los principios de calidad de la ISO 9001:2015, de manera en que el organismo elabora la norma utilizando la versión de la Norma del año 2000, donde los principios pasaron a ser siete principios. (Sánchez Azor, 2017)

Los principios de la gestión de la calidad están descritos en la Norma ISO 9001:2015, publicada el 15 de septiembre de 2015.

Los 7 principios de la gestión de la calidad en los que se basa la familia de normas ISO 9000 a partir de la publicación de ISO 9001:2015 son:

1. Enfoque al cliente: El enfoque primordial de la gestión de la calidad es la satisfacción de los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas.
2. Liderazgo: Los dirigentes de todos los niveles, establecen la unidad de propósito y dirección y crean las condiciones para que las personas se involucren en el logro los objetivos de la Organización.
3. Compromiso de las personas: Personas competentes, capacitadas y comprometidas a todos los niveles, en toda la Organización, son esenciales para mejorar su capacidad para crear y proporcionar valor.
4. Enfoque a procesos: Resultados consistentes y predecibles se alcanzan de manera más eficaz y eficiente cuando se entienden y gestionan actividades como procesos interrelacionados que funcionan como un sistema coherente.
5. Mejora: Las Organizaciones exitosas tienen un enfoque permanente en la mejora.
6. Toma de decisiones basada en la evidencia: La toma de decisiones basada en el análisis y evaluación de datos y la información son más propensas a producir los resultados deseados.



7. Gestión de las relaciones: Para el éxito sostenido, las Organizaciones deben sus relaciones con las partes interesadas relevantes, tales como los proveedores. (Noguez, 2015,pp 28).

2.4 BENEFICIOS DE LA NORMA ISO 9001-2015 EN LAS PYMES.

El sector Pyme contribuye con una gran aportación a la economía de la nación mexicana. Sin lugar a dudas esta es una gran oportunidad para estas pequeñas y medianas empresas para competir al parejo con grandes organizaciones del país.

La implementación de la ISO 9001:2015 en estas empresas, ofrece una ventaja a favor de ellas para ser más competitivo en un mercado cada vez más difícil, las cuales independientemente de su tamaño, tipo u productos o servicios que ofrecen, suelen hacer uso de estas normativas para ser más competitivos.

Tal y como menciona Indecopi, (2012a) citado por (Lizarzaburu Bolaños, 2016), las empresas que cuentan con una certificación garantizan al consumidor productos y servicios con un mismo nivel de calidad, contribuyendo a satisfacer las necesidades de las personas.

El uso de normas internacionales es una ventaja comparativa para todas aquellas empresas u organizaciones que se dedican a elaborar productos u ofrecer servicios. El cliente se ira con aquella empresa que le garantice cumplir sus necesidades y expectativas. Es por ello, la importancia de la implementación de los estándares de calidad.



2.5 CICLO DE LA CALIDAD.

Tal y como menciona Gutierrez Pulido (2010), “El ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) es de gran utilidad para estructurar y ejecutar proyectos de mejora de la calidad y la productividad en cualquier nivel jerárquico en una organización” (pp. 58).

El ciclo de calidad formulado por Shewhart y posteriormente utilizado por Edward Deming en 1950 es una herramienta de mejora continua que consiste en cuatro pasos, planear, hacer, verificar y actuar. Utilizado por un gran número de empresas ya que permite realizar las actividades de forma organizada y conseguir los objetivos de forma eficaz. (Zapata, 2016)

La aplicación del ciclo de la calidad en las empresas, es un proceso que requiere de la participación de todos los trabajadores para el logro de objetivos como organización. El éxito en el logro de los objetivos, depende del compromiso de cada uno de los trabajadores, también que se tenga definido lo que se llevara a cabo, contar con los recursos necesarios para afrontar las situaciones y tener un control adecuado de lo que se realiza.

El ciclo de calidad lo han utilizado una gran cantidad de personas, entre algunos nombres destacados que recomiendan el ciclo de calidad son Ishikawa y Shiba. (Gaya, Navas, & Perez, 2013)

De acuerdo como menciona APCER (2015) Todas las normas ISO de sistema de gestión tienen elementos comunes y adoptan el ciclo PHVA de mejora continua. Sin embargo, muchas definen requisitos similares de manera diferente, o colocan requisitos iguales en secciones diferentes, lo que causa confusión a los usuarios de la norma. (pp. 35)



2.5.1 PLANEAR.

Las etapas del ciclo de Deming comienzan con planear en el cual se busca las actividades susceptibles de mejora y se establecen los objetivos a alcanzar. Para buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías mejores a las que se están usando ahora.

Por ejemplo por su parte García P, Manuel; Quispe A., Carlos; Ráez G., Luis (2003) mencionan:

La etapa de planificar se involucran a la gente correcta, se deben recopilar los datos disponibles, comprender las necesidades, se estudia r exhaustivamente el/los procesos involucrados, así como también se deben preguntar las partes interesadas si el proceso es capaz de cumplir las necesidades, y por último se debe desarrollar el plan con el cual van a proseguir a la siguiente etapa del ciclo Deming. (pp. 92)

De acuerdo a la información anterior en esta fase de planificación se debe preguntar el equipo o el individuo ¿Qué problemas se han identificado y cuál es la mejor manera de resolverlos? Para ello, primero se determina la situación actual. A continuación, se describe el problema para poder determinar exactamente cómo debe lograrse el objetivo.

En esta fase se incluye también la planificación concreta de los recursos necesarios. Aquí también se determinan tanto el estado actual como los recursos adicionales que serán necesarios.

Finalmente el equipo también tiene que ponerse de acuerdo sobre los factores de éxito. ¿Qué debe suceder para que el cambio se considere completado con éxito? Solo si se han definido los objetivos de forma concreta se puede medir también si se ha logrado un resultado aceptable. Esto también incluye la elección de metas que sean realistas y alcanzables. No tiene sentido definir éxitos utópicos que no pueden lograrse en un plazo razonable y con un esfuerzo justificable.



2.5.2 HACER.

La siguiente etapa del ciclo de Deming tiene como nombre “Hacer” por lo tanto se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta. Generalmente conviene hacer una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala.

De acuerdo al siguiente texto nos dice que la segunda etapa del ciclo de Deming se encarga de implementar la mejora/verificar las causas de los problemas y recopilar los datos apropiados (García P, Quispe A., & Ráez G., 2006)

Después de la planificación, comienza la fase de implementación. El equipo o el individuo ahora tienen que poner en marcha lo que ha planeado en la primera fase. Lo mejor aquí es proceder con pasos pequeños y cuestionar la implementación una y otra vez. De este modo, nos podemos asegurar de no perder el control durante la implementación y de que nos ceñimos al plan. En la práctica, también se ha comprobado con éxito que el proceso de cambio solo se puede probar a pequeña escala, por ejemplo, primero en un producto y no en toda la gama de productos, o en un departamento en vez de en toda la empresa.

La empresa StartupGuide (2018) menciona que en definitiva, este segundo paso también puede considerarse como una fase de prueba. El tiempo empleado en la puesta en marcha de esta fase se utiliza también para aprender: el hecho de que algo haya sido planificado correctamente no significa que tenga que funcionar en la práctica. La experiencia adquirida en la fase hacer conduce directamente a la tercera fase.



2.5.3 VERIFICAR.

Una vez implantada la mejora, se deja un periodo de prueba para verificar su correcto funcionamiento. Si la mejora no cumple las expectativas iniciales habrá que modificarla para ajustarla a los objetivos esperados.

En esta etapa se deben analizar y desplegar los datos, así como también se deben preguntar si ¿Se han alcanzado los resultados deseados?, comprender y documentar las diferencias, revisar los problemas y errores, así como por último preguntarse si ¿Qué se aprendió? y ¿Qué queda aún por resolver? (García P, Quispe A., & Ráez G., 2006)

También se incluyen los siguientes puntos:

- La verificación y aplicación de las medidas correctivas definidas en el plan.
- La introducción de las modificaciones al plan inicial, si no ha sido positivo el resultado de las medidas correctivas.
- Anotar el trabajo desarrollado y de los resultados obtenidos.
- La formación del personal que deba aplicar las soluciones propuestas; es necesario para una adecuada comprensión y familiarización con las medidas correctivas que se hayan definido. (Villavicencio, 2008)

Durante la revisión (o verificación), los resultados obtenidos se comparan con los objetivos definidos. En esta fase se mira críticamente lo que funcionó bien y lo que no resultó como se esperaba. Es importante examinar objetivamente el plan y su aplicación. Los problemas de la fase de implementación no deben ser vistos como fracasos, sino como oportunidades para aprender de ellos, ya que para eso está pensada esta fase. (StartupGuide, 2018)

Algunas de las herramientas utilizadas en esta fase son las siguientes: Diagrama de Pareto, diagrama de correlación, diagrama de Ishikawa, check list, cuadro de mando integral, análisis de Kano, análisis ABC, metodología OKR, diagrama fast, simulación de Montecarlo y diagrama de control, entre otros.



2.5.4 ACTUAR.

Por último se tiene la fase de “Actuar”, en la cual una vez finalizado el periodo de prueba se deben estudiar los resultados y compararlos con el funcionamiento de las actividades antes de haber sido implantada la mejora. Si los resultados son satisfactorios se implantará la mejora de forma definitiva, y si no lo son habrá que decidir si realizar cambios para ajustar los resultados o si desecharla. Una vez terminado el paso 4, se debe volver al primer paso periódicamente para estudiar nuevas mejoras a implantar.

En esta etapa se debe incorporar la mejora al proceso, comunicar la mejora entre los demás integrantes del proyecto si es el caso en que se trabajó con más personas y por ultimo identificar nuevos proyectos o problemas que puedan surgir. (García P, Quispe A., & Ráez G., 2006)

Según la empresa StartupGuide Ionos (2018) menciona:

Una vez completada la fase actuar, el nuevo estado de la implementación se considerará estándar. Este nivel de calidad ya no debe abandonarse. Por lo tanto, también se debe instalar una forma de control. Siempre puedes cuestionarte la implementación llevada a cabo y asegurarte de que no se repiten los viejos patrones de errores. También otra persona (un tutor, un supervisor, etc.) puede hacerse cargo de esta función de control. Es importante para el desarrollo futuro que no se vuelva al estado anterior a la implementación del proceso. (StartupGuide, 2018)

Algunas de las herramientas utilizadas en esta etapa son las siguientes: Calidad total, análisis de valor, método Kaizen, método Jidoka, análisis PM, método Harada, diagrama de bloques funcionales, método Teian seido y análisis a/b.



2.6 HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR LA CALIDAD.

Cualquier organización que desee implantar un sistema de gestión de la calidad con la finalidad de efectuar una gestión total de la calidad, debería emplear una multiplicidad de herramientas. Las mismas están diseñadas para que la organización esté en condiciones de realizar la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora de la calidad, en el marco del sistema de gestión de la calidad que ha sido implantado, adaptado a las condicionantes de su realidad interna y a las impuestas por el entorno en el cual se encuentra. (UNIT, 2009, pp. 7)

Las herramientas permiten que la organización logre su finalidad, en forma eficaz y eficiente, empleando sus recursos de manera racional. Se entiende por herramienta o instrumento aquello que se emplea para ejecutar una acción, con la finalidad de conseguir una finalidad

Las herramientas de gestión de calidad permiten que las personas que están trabajando en algún proyecto logren su finalidad, en forma eficaz y eficiente, empleando recursos de manera racional.

Son muchos los beneficios que podemos obtener de un Sistema de Gestión de la Calidad. Resultan aún más relevantes cuando el Sistema está basado en un estándar tan reconocido como ISO 9001:2015. Esta norma, como sabemos persigue la mejora continua, utilizando entre otras, diversas herramientas de control de calidad para lograr ese propósito. (ISOTools, 2017)

Al utilizar las herramientas de gestión de calidad se debe tomar en cuenta que no hay una única solución válida ni el empleo de una sola herramienta, las herramientas a emplear en la gestión de calidad en las organizaciones pueden tener diversos objetivos, si bien algunos de ellos son los más destacables.



2.6.1 HISTOGRAMAS.

El histograma es una gráfica de la distribución de un conjunto de datos. Es un tipo especial de gráfica de barras, en la cual una barra va pegada a la otra, es decir no hay espacio entre las barras. Cada barra representa un subconjunto de los datos; muestra la acumulación o tendencia, la variabilidad o dispersión y la forma de la distribución, representa variables continuas, aunque también se puede usar para variables discretas. Es decir, mediante un histograma se puede mostrar gráficamente la distribución de una variable cuantitativa o numérica.

En los histogramas los datos son presentados como una serie de rectángulos de igual ancho y variadas alturas. El ancho representa un intervalo dentro del rango de datos. La altura representa la cantidad de datos numéricos.

De acuerdo a (Behar Gutiérrez Roberto, Grima Cintas Pere, 2013):

Define el histograma de esta manera sus ordenadas representan automáticamente la función empírica de densidad, generándose el enlace conceptual apropiado con la densidad de probabilidad de una variable aleatoria. Además la palabra “empírica” se asocia con muestral, y la densidad de probabilidad como su análogo poblacional.

A continuación se muestran algunos perfiles de los histogramas:

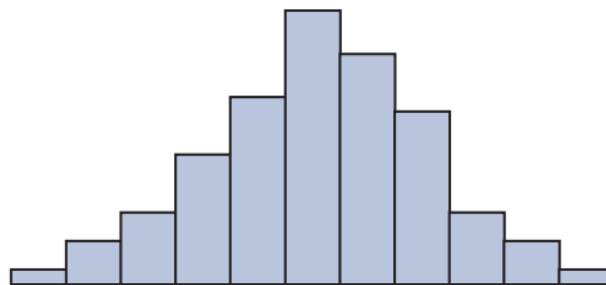


Figura 1: Histograma normal

Los datos indican una distribución normal y se puede concluir que el proceso es estable.

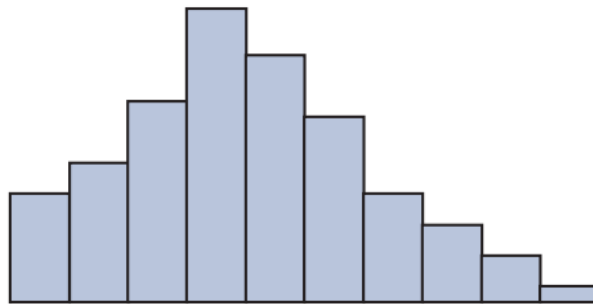


Figura 2: Histograma asimétrica.

Los datos están hacia un lado, la distribución no es normal y el proceso debe ser investigado.

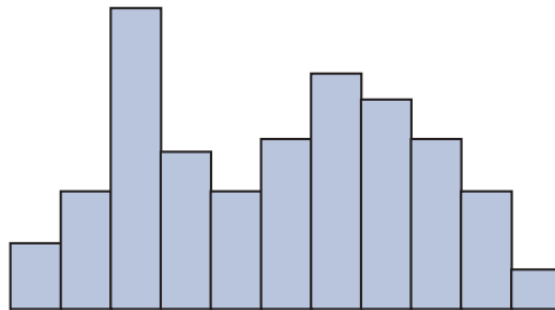


Figura 3: Histograma bimodal.

Los datos pueden venir de dos procesos diferentes. Por ejemplo, es posible que los datos de la operación de día y de noche hayan sido combinados para formar un histograma.

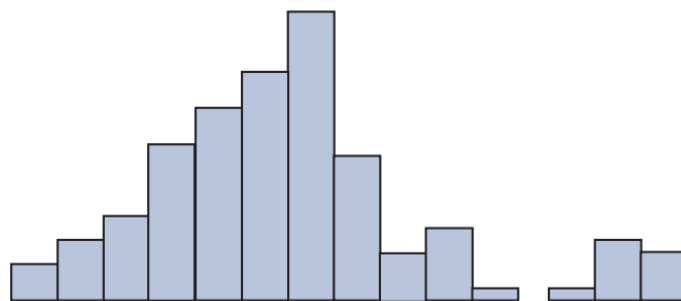


Figura 4: Histograma doble.

Esta forma tiene una pequeña distribución a la izquierda o a la derecha. Esto es causado por mezclar un pequeño número de diferentes elementos en el histograma.



2.6.2 LLUVIA DE IDEAS.

La tormenta de ideas es una técnica de grupo para la generación de ideas nuevas y útiles, que permite, mediante reglas sencillas, aumentar las probabilidades de innovación y originalidad. La herramienta es utilizada en las fases de Identificación y definición de proyectos, en Diagnóstico y Solución de la causa.

La tormenta de ideas fue propuesta en 1939 por Alex F. Osborn, quien comenzó a utilizar un procedimiento que permitiera el surgimiento de ideas creativas y originales como método de resolución de problemas. Más adelante, en 1953, sistematizó su método creativo de resolución de problemas. (ISO9000Calidad, 2016)

La tormenta de ideas (también llamada Brainstorming) es, ante todo, un medio probado de generar muchas ideas sobre un tema. Es un medio de aumentar la creatividad de los participantes. Normalmente, las listas de ideas resultantes contienen mayor cantidad de ideas nuevas e innovadoras que las listas obtenidas por otros medios.

Es muy recomendable seguir unas reglas prácticas de procedimiento:

- Los participantes harán sus aportaciones por turno.
- Sólo se aporta una idea por turno.
- Si no se da una idea en un turno, se tiene otra oportunidad en la siguiente vuelta.
- No se dan explicaciones sobre las ideas propuestas.

En la realización de la tormenta de ideas la crítica no está permitida, la libertad de pensamiento es indispensable, la mejora debe ponerse en práctica, además al utilizar esta herramienta de gestión de calidad se obtienen los beneficios de propiciar un ambiente agradable, aumenta la productividad ya que al tener varias ideas se va proponiendo soluciones lo cual mejora cualquier proceso de calidad, otro de los beneficios es la incentivo de la innovación, además de que mejora la comunicación entre el grupo de personas que está participando.



La metodología para llevar a cabo un torbellino de ideas consta de dos fases: una fase de generación de ideas y otra fase de aclaración de las mismas. En la fase de generación el moderador recuerda a los participantes las directrices para llevar a cabo cualquier torbellino de ideas y el propósito de la sesión particular a la cual se ha convocado al equipo. Todos los integrantes del equipo deben participar, no hay observadores en un torbellino de ideas. (UNIT, 2009, pp. 17-18)

Las directrices que se aconseja que sigan el equipo de trabajo en una sesión de torbellino de ideas son:

- Identificar claramente el problema a resolver en esa sesión particular, es decir, fijar el objetivo. Cada integrante del equipo toma un turno, en una secuencia, estableciendo una única idea (en una frase lo más corta posible).
- A partir de cada idea los restantes integrantes del equipo pueden encontrar la inspiración para una nueva idea.
- Se registra las ideas de modo que todos los integrantes del equipo puedan verlas (esto depende de la metodología empleada).
- El proceso continúa hasta que no se generan más ideas (o si el moderador ha establecido un tiempo máximo para esta fase).

El moderador puede alentar a los otros participantes a modificar o combinar ideas, superponiéndolas con otras para obtener una nueva idea. Durante la generación de ideas los participantes no deben detenerse a evaluar su propia idea o las de otros.

En la fase de aclaración el grupo revisa todas las ideas propuestas, para asegurarse que no haya faltado alguna y para tratar que cada integrante del equipo entienda las ideas tal como han sido formuladas. En esta etapa no se evalúa las ideas en cuanto a su contenido o adecuación para lo que se desea resolver. En esta etapa no utilice frases “matadoras” que limitan la creatividad, como: “ya hicimos eso antes”, “eso no dará resultado”, “el jefe no lo aprobaría” o “es contra la política de la empresa” (UNIT, 2009, pp. 18).



2.6.3 DIAGRAMA DE PARETO.

Es una herramienta que permite determinar cuáles son las causas que indican la mayor cantidad de defectos, con base en que el 80% de los defectos provienen del 20% de las causas. Este diagrama sirve de apoyo para el grupo de personas que desea resolver problemas, a través de él se pueden realizar comparaciones de problemas existentes antes de aplicar soluciones al proceso entre problemas que se presenten posteriormente a las resoluciones, permite traducir el análisis de los datos a números y porcentajes, presenta en forma obvia al observador los “pocos vitales” y los “muchos triviales”.

El diagrama de Pareto presenta, en orden decreciente, la contribución relativa de cada elemento al efecto total. Dicha contribución relativa puede basarse en la cantidad de sucesos, en el costo asociado con cada elemento u otras mediciones de impacto sobre el efecto. Se usa bloques para indicar la contribución relativa de cada elemento. Se emplea una curva de frecuencias acumuladas para indicar la contribución acumulada de los elementos. (UNIT, 2009, pp. 28)

Los pasos para elaborar un diagrama de Pareto son:

- Una vez que se han identificado las causas, se deben listar en la hoja de trabajo en orden de importancia (de la más importante a la menos).
- Después que se han listado las causas más importantes, las de menor importancia se agrupan bajo el título de “otras”.
- Una o más columnas de la hoja de trabajo registran los datos recogidos en la unidad de medida (horas, pesos, soles, etc.), con la cantidad total en la parte inferior.
- Otra columna es para el porcentaje (porción del 100%) del total de unidades medidas de cada una de las causas.

El principio de Pareto describe la forma en la cual ocurren las causas, tanto en la naturaleza como en el comportamiento humano. Puede ser una herramienta de gestión muy poderosa para enfocar los esfuerzos del personal hacia los problemas y las soluciones que tienen el mayor potencial de rentabilidad. (Gutierrez, 2005)



2.6.4 CHECK LIST.

La lista de chequeo es un tipo de ayuda de trabajo informativo. Obedece también a los nombres, listas de control u hojas de verificación.

La lista de chequeo, como herramienta metodológica está compuesta por una serie de ítems, factores, propiedades, aspectos, componentes, criterios, dimensiones o comportamientos, necesarios de tomarse en cuenta, para realizar una tarea, controlar y evaluar detalladamente el desarrollo de un proyecto, evento, producto o actividad. Dichos componentes se organizan de manera coherente para permitir que se evalúe de manera efectiva, la presencia o ausencia de los elementos individuales enumerados o por porcentaje de cumplimiento u ocurrencia. (Oliva, 2009, pp. 8)

En otras palabras, se entiende por lista de chequeo (check-list) un listado de preguntas, en forma de cuestionario que sirve para verificar el grado de cumplimiento de determinadas reglas o actividades establecidas con un fin determinado; la lista de chequeo es en sí misma, una ayuda para la memoria, al proporcionar un método para una rápida verificación de los ítems planteados según el tipo de asunto a controlar. Contribuyen a normalizar o estandarizar líneas de acción sistemáticas detallando cada uno de los puntos de actividad o proceso.

En síntesis, afirma Oliva (2009) “Las listas de chequeo son dispositivos metodológicos y nemotécnicos, que reducen la complejidad para comprobar solamente los elementos importantes, con ello reducen errores de omisión”.

(Falzatev, 2012) Plantea que los pasos a seguir para construir una lista de chequeo, son:

- Hacer la lista de actividades o tareas a verificar.
- Denominar los atributos (lo cualitativo) y variables (lo cuantitativo) a verificar de cada actividad.
- Determinar, del paso anterior, la importancia o impacto de cada atributo y variable en el resultado final.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

- Definir la frecuencia de verificación: Mensual, quincenal, semanal o diaria.
- Tener claridad sobre quien realizará la verificación. Si es un proceso largo, se deben distribuir las responsabilidades de verificación entre las personas que participan, de tal manera que cada una de ellas se enfoque en unos pocos atributos o variables a controlar.
- Diseñar el formato de verificación. Dependiendo del volumen de información recopilada se pueden requerir formatos individuales para cada frecuencia de verificación.

(Oliva, 2009) Anota que lo más importante para elaborar una lista de chequeo es:

- Identificar los principales puntos contenidos dentro de la teoría y la metodología implícita con la que se quiere evaluar.
- Priorizar los contenidos evaluativos.

(Mancera, 2008) Por su parte, considera que para elaborar una lista de chequeo se debe tener en cuenta:

Paso 1: Definir quien la elaborará y para que se quiere hacer la lista. Determinar claramente el objetivo, es decir que se busca con la lista. Recomienda tener entre 10 ó 12 ítems a controlar.

Paso 2: Observar el proceso, actividad, equipo o proyecto a evaluar para convertirlo en los ítems a verificar.

Paso 3: Analizar toda la información e ir haciendo un listado, describiendo los ítems que conformarán la lista de chequeo.

Paso 4: Filtrar la lista por donde aparecen los ítems descritos, es decir, anular aquellas que se han repetido o unir en una, varias que no se requiere que aparezcan individualmente.

Paso 5: Establecer el formato que queremos utilizar y hacer un manual de instrucciones.

Paso 6: Realizar una prueba piloto con el formato y el manual de instrucciones.

Paso 7: Retroalimentar el equipo de trabajo sobre toda la información, con el fin de hacer ajustes tanto de forma como de contenido.



Paso 8: Normalizar el formato a utilizar y aplicarlo de acuerdo con el cronograma que se establezca.

Paso 9: Retroalimentar de manera periódica los avances o retrocesos del asunto que se está controlando.

Las listas de chequeo deben ser elaboradas para cada situación particular. Los modelos pueden servir como referentes, pero requieren ajustarse con base en la planeación de cada proyecto. Las listas de chequeo tienen por propósito reducir las fallas que pueden presentarse en la ejecución de una actividad y compensar las limitaciones de la memoria humana y la atención. En términos generales, suelen ser utilizadas para realizar comprobaciones rutinarias, de tal manera que se pueda verificar el cumplimiento de las condiciones previamente diseñadas. (Cardona, C & Restrepo A, 2013, pp. 5).

Las listas de chequeo pueden aplicarse de manera particular como lo son tareas rutinarias, tareas complejas y a modo de lista de inventario; los beneficios trazabilidad de la actividad realizada para evaluaciones necesarias, concentración en los aspectos críticos del proceso para generar los resultados esperados, sistematización en la realización de las actividades, sin apego a la memoria de las personas, aseguramiento de la secuencia de ejecución de las tareas o actividades y facilidad en la realización de inspecciones, sobre las que se debe dejar constancia.

2.7 GESTIÓN DE RIESGOS.

La gestión del riesgo se define como el proceso de identificar, analizar y cuantificar las probabilidades de pérdidas y efectos secundarios que se desprenden de los desastres, así como de las acciones preventivas, correctivas y reductivas correspondientes que deben emprenderse.

El riesgo es una función de dos variables: la amenaza y la vulnerabilidad como se muestra en la figura 2.5. Ambas son condiciones necesarias para expresar al riesgo, el cual se define como la probabilidad de pérdidas, en un punto geográfico definido y dentro de un tiempo específico.

Mientras que los sucesos naturales no son siempre controlables, la vulnerabilidad sí lo es.

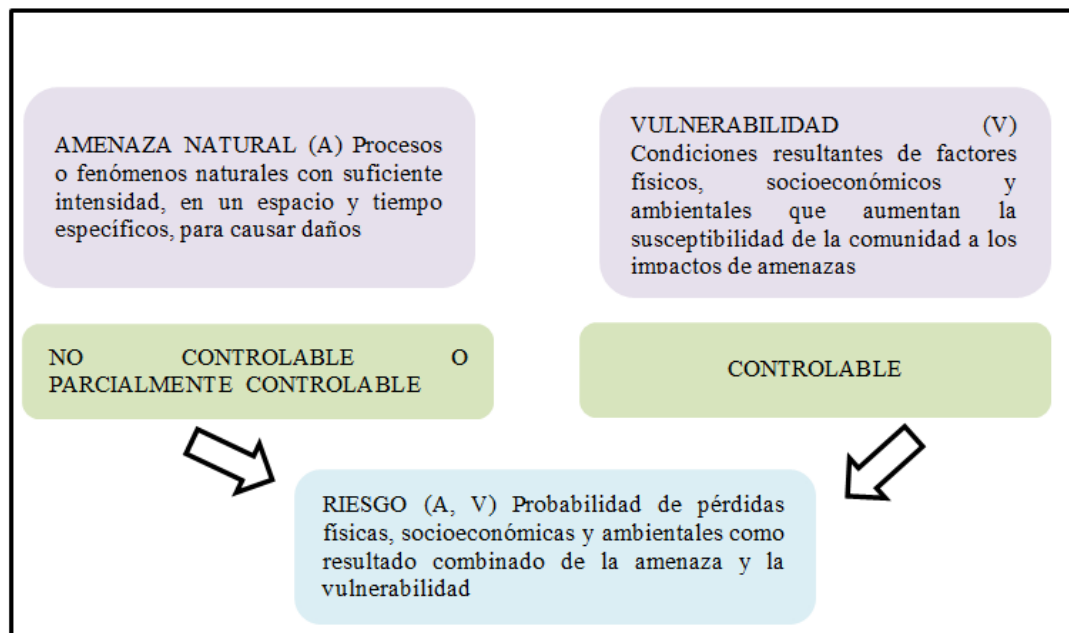


Figura 5: Amenazas, vulnerabilidad y riesgo.

La gestión de riesgos es una etapa fundamental en la evaluación económica y financiera. Se trata de un enfoque riguroso y documentado en todos los niveles de desarrollo de los eventos analizados, lo que requiere información de todas las áreas de interés, internas y externas. (José-Martí & Bolaños, 2016)



CAPÍTULO III

ESTADO DEL ARTE

En el presente capítulo se procede a recabar información relevante en trabajos realizados, tesis de grado y demás fuentes de información verídicas que tengan relación con la norma internacional ISO 9001:2015 en empresas del entorno nacional e internacional. La información obtenida.

Se estudia la norma identificando sus principales beneficios de implementación y puesta en marcha en las empresas a nivel general.

A nivel nacional:

No se cuentan con evidencias de trabajos realizados por personas en el ámbito de las empresas.

A nivel internacional:

Se cuentan con una variedad de trabajos de grado, tesis, artículos, entre otros.

A continuación se presentan algunas fuentes consultadas y que brindan soporte al trabajo realizado.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tabla 3: Estado del arte para pyme.

Nombre del trabajo	Autor y año de publicación	Tipo de trabajo	Objetivo	Metodología	Resultados
Propuesta de implementación de sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 en recepción de supermercado.	(Garrido Cuevas, 2019)	Trabajo para obtener el título de ingeniería en prevención de riesgos laborales y ambientales	Se realizó una propuesta de implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad en la recepción de todos los locales de la cadena de supermercados Provimarket Ltda.	En primer lugar se realizó un diagnóstico para determinar el nivel de cumplimiento de los requisitos que establece la norma ISO 9001:2015 como resultado se obtuvo un 26.20% de cumplimiento.	El trabajo ayudo a proponer las bases y directrices para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad en el área de recepción de la empresa Provimarket Ltda. Además sirvió como base para continuar la normalización de todos sus procesos
Propuesta de implementación de un sistema de gestión de la calidad en base a la norma ISO 9001:2015 en una empresa de fabricación de calzados de cuero femenino ubicada en lima metropolitana	(Mogrovejo Román, 2018)	Tesis para optar el Título de Ingeniera Industrial.	Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) como herramienta para la mejora de los procesos de una empresa de calzado femenino y con ello, aumentar la satisfacción de sus clientes y la rentabilidad de la empresa.	Se determinan los problemas y oportunidades de mejora que presenta la empresa de calzados y con ello se diagnostica el nivel de cumplimiento actual frente a los requerimientos que la conforman. A partir de ello, se propone una serie de lineamientos base para la implementación del SGC basado en la Norma ISO 9001:2015.	Los resultados obtenidos fueron favorables ayudando a resolver los problemas internos de la empresa y otorgando la oportunidad de iniciar el proceso de certificación. De la misma manera en el entorno económico la TIR obtenida fue de 23% y un VAN positivo de 79,130.17



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

<p>“Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015”.</p>	<p>(Meléndez Lahura , 2017)</p>	<p>Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial</p>	<p>Se lleva a cabo un estudio para determinar la situación actual en la que se encuentra la empresa y en base a ello, diseñar un sistema de gestión de la calidad que sea de gran utilidad para garantizar la calidad de los productos, ser más productivos y aumentar la satisfacción de los clientes.</p>	<p>Se realizó un análisis de la situación actual de la empresa en el que se detectaron las principales falencias del sistema que son la planificación del sistema de gestión de calidad, evaluación de desempeño y mejora. Es por ello, que se propone la implementación del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 y se rediseñarán aquellos procesos de manera que cumplan con los requisitos de la norma.</p>	<p>La correcta implementación de la norma ISO 9001:2015 ofrecerá beneficios a nivel de procesos y organizacionales, de esta manera se aumentará la productividad, se tendrán ahorros en el consumo de agua, electricidad y se incrementará la motivación del personal.</p>
<p>“Diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 para mejorar el nivel de satisfacción del cliente en una empresa de servicios de mantenimiento”</p>	<p>(Minchán Huaccha & Hervias Vargas, 2017)</p>	<p>Tesis para obtener el título de ingeniero industrial</p>	<p>En la presente investigación que tiene como objetivo diseñar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma internacional ISO 9001:2015 en una empresa de servicio de mantenimiento.</p>	<p>En dicho trabajo en primer lugar se identificaron los procesos involucrados directamente con el servicio brindado. Luego se realizó un análisis de la situación actual para identificar áreas de mejora. Posteriormente se realizaron las modificaciones a los procesos que requerían cambios de mejora para cumplir con lo que establece la norma. Finalmente fue elaborado el manual de calidad y manual de procedimientos de la empresa donde queda definido la forma de trabajo de la organización.</p>	<p>Con el diseño e implementación de un SGC basado en la norma ISO 9001:2015 se logrará aumentar el nivel de satisfacción del cliente, puesto que la variación de la madurez del SGC se refleja el cambio por el que ha pasado el personal y el trabajo que se realiza en la empresa.</p>



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

<p>“Gestión de aseguramiento de la calidad en la construcción de un tanque barren de una planta de columnas de carbón (CIC) en una mina de oro, la libertad – Perú”</p>	<p>(Moran Padilla , 2017)</p>	<p>Trabajo para optar el título profesional de ingeniero industrial.</p>	<p>Asegurar la construcción de un tanque barren con la calidad adecuada mediante una serie de técnicas y normas a seguir establecidas por ISO 9000-2015, ISO 9001-2015 y PMBOK</p>	<p>Se emitieron 14 No Conformidades durante la ejecución del Servicio de aseguramiento de calidad emitidos como parte de la revisión de documentos, inspecciones en campo, inspecciones a equipos, inspecciones a taller. Se realizaron diferentes tipos de trabajos como Verificación topográfica, Control dimensional, Verificación de alineamiento, Verificación de la verticalidad, Verificación de la redondez, Inspección visual de soldadura, Prueba de tintes penetrantes, Prueba de gammagrafía, Prueba Neumática, Prueba de vacío, Prueba hidrostática, levantando las no conformidades minimizando costos y disminuyendo el tiempo de construcción del tanque barren.</p>	<p>En la realización del tanque barren se utilizaron normas técnicas e internacionales y esto ayudo a trabajar de forma más eficiente y disminuyeron los costos.</p>
---	-------------------------------	--	--	--	--



CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

3.1 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.

Para establecer el modelo de gestión de la calidad que es considerado como el principal objetivo, en primer lugar es importante determinar el nivel de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015. Se realizó un diagnóstico mediante hojas de verificación donde se incluyeron cada uno de los apartados y requisitos de la norma.

El diagnóstico que se realizó fue aplicado a 10 tiendas de abarrotes, debido a que se tomó una muestra equivalente al 10% de la totalidad del número de tiendas de abarrotes en el municipio de Tuxpan Veracruz. Los datos obtenidos de las evaluaciones se presentan en la siguiente tabla:

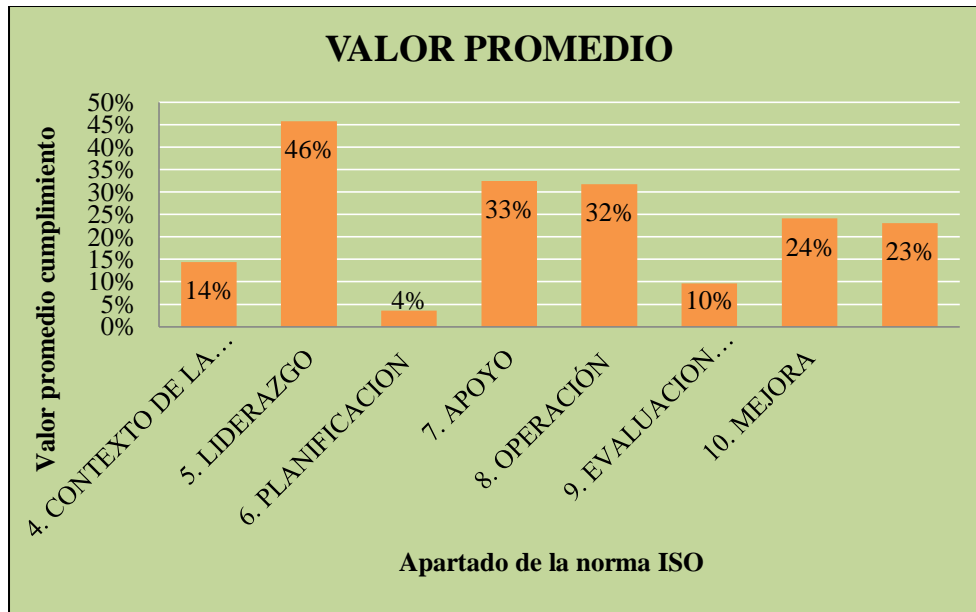
Tabla 4: Resumen de la Evaluación de las tiendas de abarrotes en Tuxpan Ver.

APARTADO DE LA NORMA	Tiendas de abarrotes										Total
	Abarrotes don Fernando	Abarrotes la Esquina	Abarrotes Vicente	Abarrotes el deportista	Miscelánea Doña Silvia	Abarrotes Juárez	Abarrotes la Esquinita	Plasti Tuxpan	Abarrotes Six	Abarrotes el supercito	
	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento	Porcentaje de cumplimiento
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	25%	19%	22%	7%	25%	5%	7%	9%	9%	16%	14%
5. LIDERAZGO	47%	28%	40%	55%	38%	25%	50%	55%	55%	65%	46%
6. PLANIFICACION	6%	0%	12%	12%	6%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
7. APOYO	24%	16%	31%	38%	21%	36%	38%	40%	40%	41%	33%
8. OPERACIÓN	37%	31%	31%	29%	36%	26%	27%	33%	32%	36%	32%
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	17%	8%	16%	7%	2%	7%	8%	11%	8%	13%	10%
10. MEJORA	28%	19%	29%	24%	14%	14%	20%	35%	29%	29%	24%
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION	26%	17%	26%	25%	20%	16%	21%	26%	25%	29%	23%

De acuerdo a las evaluaciones apegadas a las diferentes secciones de la norma se obtuvo un valor promedio de 23% en el cumplimiento de la norma en una escala de 0-100. El porcentaje obtenido es sumamente bajo, pero en realidad es un factor positivo debido a que las tiendas de abarrotes tienen una noción pequeña de acuerdo a lo que establecen la norma. Aunque los dueños de las pymes no tienen conocimiento del campo de aplicación de la norma, logran cumplir con un porcentaje mínimo en algunas secciones de la norma. Esto quiere decir que algunos apartados de la norma son utilizados pero no del todo en forma correcta.



En el siguiente gráfico 1 se observa los porcentajes de forma generalizada del cumplimiento de cada uno de los apartados de la norma ISO 9001:2015 en las tiendas de abarrotes.



Gráfica 1: Nivel de cumplimiento ISO 9001:2015 en tiendas de abarrotes.

En la siguiente gráfica que se ilustra el porcentaje de nivel de cumplimiento de cada una de las tiendas de abarrotes.



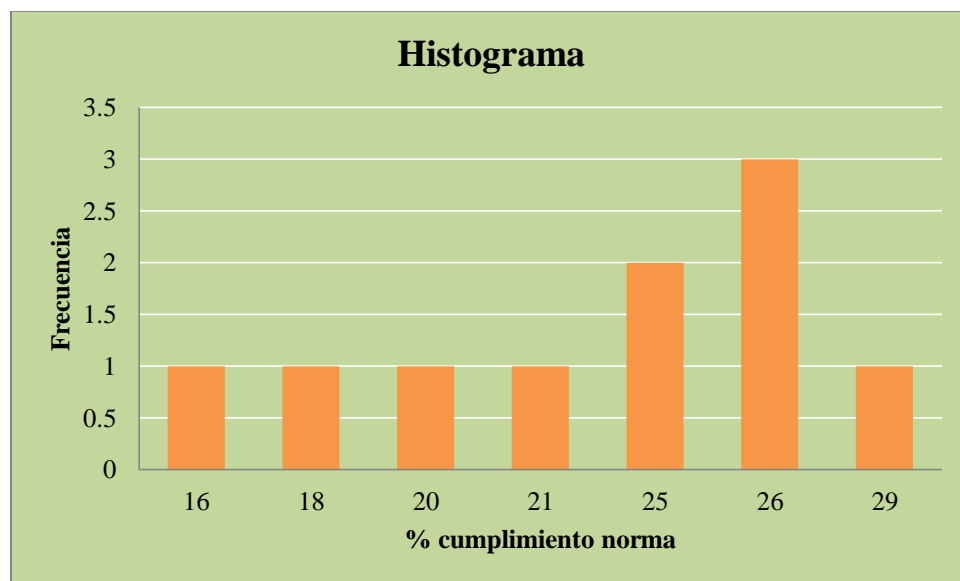
Gráfica 2: Porcentaje de cumplimiento de tiendas de abarrotes de acuerdo a ISO 9001:2015.



Como se puede constatar a través de la gráfica anterior, las tiendas de abarrotes cuentan con un mínimo porcentaje de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015, debido a que en su mayoría presentan un porcentaje de 26% de cumplimiento.

También se realizó un histograma para realizar el diagnóstico y fue de gran utilidad para examinar los datos y saber la forma como estaban dispersos.

A continuación se presenta el histograma elaborado:



Gráfica 3: Histograma nivel de cumplimiento de norma ISO 9001:2015 en tiendas de abarrotes.

En la gráfica 3 se puede observar que las evaluaciones realizadas se encuentran en un intervalo que va de 16% a 29% de cumplimiento de la norma. De las cuales los porcentajes que se repiten 3 ocasiones son de las tiendas “Don Fernando”, “Vicente” y “Plasti Tuxpan” con un 26% de cumplimiento de la norma, además que en 2 ocasiones se repite 25% de cumplimiento de la norma en las tiendas “Deportista” y “Six”, cabe mencionar que en el histograma solo se menciona el porcentaje general de cumplimiento de las tiendas con la norma y la frecuencia que se tiene entre varias tiendas.



En definitiva de acuerdo al análisis realizado se afirmó que las tiendas de abarrotes presentan un porcentaje un bajo de acuerdo a los criterios que establece la norma ISO 9001:2015. Se analizaron todos los apartados de la norma y requieren una mejora en cada uno de los rubros mencionados en la presente tabla.

Por otro lado para complementar y comprender el entorno de trabajo de las pymes se elaboró una encuesta al cliente para determinar información valiosa que fuera de gran ayuda para comprender los tipos de productos que mayormente compran las personas en las tiendas de abarrotes.

También se elaboraron preguntas para determinar razones por las que las personas compran en las tiendas y las cualidades o requisitos que toman en cuenta las personas para adquirir sus productos.

La encuesta fue aplicada a 20 personas y está compuesta por 12 preguntas de opción múltiple. Para consultar la encuesta formulada favor de consultar el anexo 1.



3.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS PYMES.

El plan estratégico de una Pyme debe ser la herramienta que define todo lo que se desea conseguir en la empresa tanto como son los objetivos los cuales son los puntos a los cuales la empresa quiere llegar, en las tiendas de abarrotes es común encontrar que no tienen objetivos establecidos, pero todas concuerdan en que tienen metas, como lo son:

- Alcanzar un buen nivel de ventas.
- Ofrecer una alta atención al cliente.
- Tener siempre un buen surtido para mayor satisfacción de los clientes
- Contar con clientes frecuentes.
- Ser la tienda con preferencia entre los clientes de la zona.

La planificación es una herramienta esencial para utilizar en las pymes, ya que actúa de forma detallada y estratégica.

3.2.1 CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN.

Para realizar el modelo de gestión de la calidad, se utilizara el ciclo de la calidad PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar). En la primera etapa del proyecto se llevara a cabo la planeación de actividades. De acuerdo a la norma ISO 9001:2015 el primer apartado establece que la organización debe determinar la organización y su contexto. Para ello es necesario conocer las cuestiones internas y externas que pueden afectar o favorecer a la empresa. Se utilizó un formato para análisis FODA con número de verificación “F – AF01” para cumplir con el requisito. En total se realizaron 10 análisis FODAS, es decir uno por cada tienda de abarrotes. Posteriormente se definió un análisis FODA general con base al análisis interno y externo particular de cada una de las tiendas de abarrotes.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

El análisis FODA general se presenta en el siguiente formato:

Tabla 5: Análisis FODA general de tiendas de abarrotes de Tuxpan Ver.

Contexto interno		Código: F – AF01
<p>Fortalezas Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena ubicación ▪ Buen trato con el cliente ▪ Conocimiento del mercado 	
<p>Debilidades Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de productos como carnes y embutidos ▪ Falta de publicidad ▪ Falta de facturación electrónica ▪ Falta de uso de las nuevas tecnologías ▪ Falta de liderazgo por parte del dueño para la mejora de calidad 	
Contexto externo		
<p>Oportunidades Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovechar la calidad y el buen trato a los clientes para generar clientes fieles al negocio. ▪ Implementar facturación electrónica ▪ Contar con productos como carnes y embutidos. ▪ Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa ▪ Hacer uso de redes sociales para promocionar y no hacer gastos en publicidad física ▪ Dar a conocer por medio de carteles los productos que se ofrecen. ▪ Brindar capacitación a los empleados de forma constante. 	
<p>Amenazas Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento de precios de productos que se ofrecen ▪ Perdida de proveedores ▪ Mala administración ▪ Mal manejo de fondos ▪ Aumento de competidores ▪ Competencia con mayor calidad en productos. ▪ Aumento de los salarios de las personas. 	



3.2.2 NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS.

Posteriormente la norma establece que se deben conocer las necesidades y expectativas de las partes interesadas. Conocer estos requisitos es importante para la organización debido a que permite estar a la vanguardia para proporcionar bienes y servicios de calidad con el objetivo de satisfacer las necesidades de las personas.

De la misma manera, se utilizó un formato con código F – NEYESP para conocer la información que se desea obtener de cada una de las tiendas de abarrotes. Luego de obtener la información, se realizó un análisis para identificar las principales necesidades y expectativas que tienen en común entre las tiendas de abarrotes.

Tabla 6 : Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas en las tiendas de abarrotes de Tuxpan.

Nombre la empresa:	Aplica a cualquier PYME de tiendas de abarrotes encuestada en este trabajo.	
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes	
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor, Contabilidad y Venta al cliente	
Programación		
	Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):	15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:	15/09/2020	27/09/2020
Planeación:	28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:	19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:	16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:	14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas		
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas
Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Precios accesibles Buena atención
Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega
Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa
Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional.
Código: F – NEYESP		



3.2.3 ALCANCE DEL SGC.

Después de conocer las necesidades y expectativas de cada una de las partes interesadas, es de suma importancia que las tiendas de abarrotes tengan definido su alcance y límite de aplicabilidad para ofrecer productos de calidad. En el alcance del SGC, establece los procesos a los cuales tendrá aplicación la norma y también los apartados en los que se realizaran exclusiones a la norma.

El alcance permite a la organización trabajar en un mismo entorno sin salirse de su límite, puede incluir la totalidad de la organización, funciones específicas e identificadas de la organización, o una o más funciones dentro de un grupo de organizaciones. La norma ya no se centra en exclusiones, ahora se debe centrar en definir cuáles son los requisitos que afectan a la organización y a los productos o servicios. El alcance no tiene un tamaño determinado, pero debe incluir suficiente información para determinar qué es lo que cubre exactamente cada uno de los procesos del sistema de gestión de calidad.

De la misma forma se utilizó un formato con clave “F – ASGC” para conocer el alcance de cada una de las tiendas de abarrotes .De igual manera se realizaron 10 alcances uno por cada tienda de abarrotes. Posteriormente se realizó un análisis detallado para identificar las similitudes que comparten

A continuación se presenta un formato de alcance de una de las tiendas estudiadas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tabla 7: Alcance del modelo del SGC de las pymes.

Nombre de la empresa:	Aplica a cualquier PYME de tiendas de abarrotes encuestada en este trabajo.	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Harinas, Carnes y Embutidos, Frutas y verduras.
Límites y aplicabilidad					
Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
1. Atención al cliente y ventas.	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
2. Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.
3. Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		Justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		
Código: F – ASGC					



Se puede observar que el formato de alcance es de fácil comprensión, debido a que su estructura permite que la información que es recolectada sea plasmada de forma clara y concisa.

En el formato vienen incluidos diversos apartados para conocer el alcance y límites de aplicabilidad. Para efectos de la norma ISO 9001:2015 se va a omitir el punto 8.3 de la norma debido a que se trata de una Pyme en donde no se elaboran o fabrican productos.

3.2.4 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SUS PROCESOS.

Posteriormente la norma establece que se deben conocer los procesos que manejan la organización y sus interrelaciones.

Para ello se realizó el siguiente mapa de procesos, donde se puede observar la forma de trabajo de las tiendas de abarrotes.

Una vez conocido el alcance del SGC es importante conocer los procesos con los que cuenta las tiendas de abarrotes. De la misma manera se utilizará un formato para identificar y plasmar los principales procesos que son utilizados en las tiendas de abarrotes. Una de las características del formato a utilizar en esta sección es el uso del ciclo de Deming que es utilizado para conocer más a fondo el proceso.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tabla 8: Proceso de atención al cliente en tiendas de abarrotes.

Nombre del proceso:	Atención al cliente				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Clientes externos y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P	Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H	El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V	El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A	El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente
Recursos Físicos:	Libreta y computadora		Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos:	1 persona		Externos: Normas sanitarias				
Código: F –DEPROC							



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Como se puede observar en la tabla anterior, el proceso de atención al cliente se desarrollada con base al ciclo PHVA, lo cual permite a la organización identificar los riesgos que surgirían al no llevar un control por medio de una serie de pasos detallados al brindar la atención y servicio al cliente, esto es más que nada para que la organización pueda mejorar una y otra vez cada uno de sus procesos.

Ya que esta forma de desarrollo tiene como principal objetivo que se cree la mejora continua para destacar ante la competencia, y en este caso se necesita un plus que impulse y haga notar a las tiendas de abarrotes para que así sean competitivas ante tiendas de cadena por mencionar algún ejemplo.

A continuación tenemos la siguiente tabla con el proceso de las compras al proveedor de igualmente desarrollada por el ciclo Deming.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tabla 9: Proceso de compras al proveedor.

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos:	Libreta y computadora		Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por falta de productos		Clientes insatisfechos
Recursos Humanos:	1 persona		Externos: No aplica				
Código: F –DEPROC							



En comparación con el proceso de la tabla anterior de atención al cliente, en esta tabla tenemos las compras al proveedor donde más que nada se detalla las compras para el abastecimiento de inventario siempre verificando que los productos obtenidos tengan una muy buena calidad y permitiendo gestionar adecuadamente cada una de las operaciones realizadas durante el abastecimiento.

Al realizar el proceso de compras a los proveedores con base al ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) tenemos los 4 apartados claves para una mejora continua, siempre y cuando sean ejecutados de forma secuencial en todo el proceso. Por otra parte la implementación periódica lleva a cabo lo planeado y esto reduce costos y también cataloga mejor a la pyme ya que cumpliría en gran parte con la norma.

3.2.5 POLÍTICA DE CALIDAD.

La política de calidad le permite a la organización destacar un marco de referencia a cerca del establecimiento destacando siempre su compromiso con las normas aplicables según sea el caso. De la misma forma se utilizó un formato para conocer la normatividad de cada una de las tiendas de abarrotes. Por tal motivo se realizaron 10 políticas, una por cada tienda. A continuación se presenta un formato de política de una de las tiendas estudiadas.

Cuadro 1: Política de calidad de tiendas de abarrotes.

Política de la calidad
Las tiendas de abarrotes se dedican a la venta de productos enlatados, confitería, lácteos, botanas, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos, helados, bebidas, automedicación, y bebidas alcohólicas. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.
Código: F-POCAL

La política de calidad es un juramento que hace la empresa y debe ser cumplido para garantizar el buen funcionamiento del sistema de gestión de la calidad. La política de calidad debe estar disponible para que las partes interesadas puedan ubicarla y conocerla.



Es obligación por parte de la empresa que los empleados entiendan y aplique la política de la calidad para obtener resultados favorables. De la misma manera la política de calidad debe estar documentada para que en el momento que se requiera se encuentre disponible.

3.2.6 DEFINICIÓN DE ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD EN LA ORGANIZACIÓN.

El apartado 5.3 de la norma establece que la organización debe determinar los roles, responsabilidades y autoridades en la organización. En las tiendas de abarrotes no se encuentra estructurado estos requerimientos en forma documental, para ello se realizara por primera vez la asignación de responsabilidades a cada uno de los miembros que conforman la estructura de trabajo de las tiendas de abarrotes.

Tabla 10: Definición de roles, responsabilidades y autoridad en la organización.

Rol	Responsabilidad
Dueño de la tienda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer cumplir la política de calidad y los objetivos de calidad. ▪ Hacer cumplir los requisitos del SGC. ▪ Proporcionar los recursos necesarios para el buen funcionamiento del SGC. ▪ Encargado de definir los roles y actividades a realizar. ▪ Encargado de toma de decisiones para beneficio del SGC. ▪ Encargado de establecer relaciones con proveedores.
Líder del SGC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsable de la planificación de los parámetros de SGC. ▪ Verificar la información documentada y los procedimientos. ▪ Planificar y llevar a cabo las capacitaciones a los colaboradores implicados en el SGC. ▪ Difundir la política de calidad en la empresa. ▪ Planificar y verificar las auditorias de calidad. ▪ Mantener informado a la alta dirección del funcionamiento del sistema de calidad.
Encargado de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ofrecer la variedad de productos que se venden en el establecimiento. ▪ Atención al cliente ▪ Brindar un trato amable al cliente. ▪ Realizar el cobro de mercancía. ▪ Realizar limpieza de productos en tienda. ▪ Encargado de llevar un control de inventarios.
Código: F – RESP P	



3.2.7 GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES.

En la tabla 10 del formato de identificación y análisis de riesgo es de fácil comprensión, debido a que su estructura permite que la información que es recolectada sea plasmada de forma clara y concisa.

En el apartado de riesgo por contagio de Covid-19, existe un índice de riesgo de 9, porque de acuerdo a las tiendas encuestadas algunas contaban con filtro sanitario y las medidas de prevención para evitar contagios.

Ya que si bien este cuenta con apartados como: riesgos y acciones de mejora, que ayudan de forma satisfactoria a que la organización vea las alertas y tome las correctivas necesarias, para llenar el formato se necesita una matriz de ocurrencia con los valores establecidos para así poder hacer el estimado.

Objetivo: Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Aplica a cualquier PYME de tiendas de abarrotes encuestada en este trabajo.

Fecha:

Responsable:

Periodo: Agosto 2020 – Enero 2021.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Tabla 11: Gestión y análisis de riesgos en tiendas de abarrotes.

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid-19	Cierre de tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	3	3	9	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorio de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	2	4	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.
Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	4	3	12	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



En este caso la formula aplicable es: (severidad * probabilidad de ocurrencia = índice de riesgo o frecuencia de riesgo).

Se muestra el formato de la matriz de ocurrencia de riesgos, la cual es la que indica en base a porcentajes la denominación de la frecuencia en la que puede ocurrir el riesgo.

Tabla 12: Parámetros para evaluar la severidad de los riesgos.

Severidad de riesgos			
Categoría	Frecuencia		Definición
	Denominación		
1	Insignificante		Riesgo que puede tener un pequeño o nulo efecto en la empresa.
2	Menores		Riesgo que causa un daño en el patrimonio o imagen que se puede corregir en el corto tiempo y que no afecta el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
3	Moderado		Riesgo que puede ocasionar un daño significativo a la imagen de la empresa. Requiere una cantidad de tiempo importante para corregir los daños.
4	Mayores		Riesgo que puede ocasionar un daño significativo a la imagen de la empresa. Requiere una cantidad de tiempo importante para corregir los daños y un costo mayor para hacer frente a los daños.
5	Catastróficos		Riesgo que influye directamente en el cumplimiento de la misión, pérdida patrimonial o deterioro de la imagen de la empresa, dejando además sin funcionar totalmente o por un periodo importante de tiempo.



Tabla 13: Parámetros para evaluar la ocurrencia de riesgos.

Ocurrencia de riesgos		
Frecuencia		Definición
Categoría	Denominación	
1	Remota	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es muy baja, es decir, se tiene entre 1% a 25% de seguridad que este se presente.
2	Aislada	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es baja, es decir, se tiene entre 26% a 50% de seguridad que este se presente.
3	Ocasional	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es media, es decir, se tiene entre 51% a 74% de seguridad que este se presente.
4	Recurrente	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es alta, es decir, se tiene entre 75% a 95% de seguridad que este se presente.
5	Frecuente	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es muy alta, es decir, se tiene plena seguridad que este se presente, tiene al 100%.

A continuación se muestra el formato de matriz de riesgos, el cual es importante para determinar en qué sector se encuentran cada uno de los riesgos dependiendo de su valor de índice de riesgo.

Tabla 14: Matriz de riesgo.

			Severidad del daño				
			1	2	3	4	5
			Insignificante	Menores	Moderado	Mayores	Catastróficos
Frecuencia del riesgo	5	Frecuente					
	4	Recurrente					
	3	Ocasional					
	2	Aislada					
	1	Remota					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Con base a los tres formatos de la matriz de riesgo podemos calcular y analizar cada uno de los riesgos, ya que los formatos son de fácil comprensión, debido a que su estructura permite que la información que es recolectada sea plasmada de forma clara y concisa.

A continuación tenemos el formato de identificación de oportunidades el cual está basado en el análisis FODA general, donde se tomaran líneas de acción las cuales se deben descubrir en el entorno que actúa la organización, para que esto a su vez le permita tener ventajas competitivas.

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

Tabla 15: Identificación de oportunidades en las tiendas encuestadas del municipio de Tuxpan Ver.

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha la va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha la va a establecer el dueño de la empresa.	Fotos.
3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	Ventas de carnes y embutidos.	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing.	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha la va a establecer el dueño de la empresa.	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores.	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha la va a establecer el dueño de la empresa.	Publicidad digital
6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. Realizar evaluaciones paulatinas al personal. Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite.	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha la va a establecer el dueño de la empresa.	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.

A continuación tenemos el formato de programación y aplicación de las actividades, el cual es el que se encarga del control de seguimiento tanto para los posibles riesgos identificados, como para las acciones de oportunidades a implementar y darle seguimiento.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Tabla 16: Acciones para riesgos de las tiendas encuestadas del municipio de Tuxpan Ver.

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/fecha de inicio - fin

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Tabla 17: Acciones para oportunidades de las tiendas encuestadas en el municipio de Tuxpan Ver.

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.

Tabla 18: Verificación de acuerdo a las tiendas encuestadas del municipio de Tuxpan Ver.

VERIFICAR Y ACTUAR

Las acciones de verificación se registran en el formato de seguimiento de riesgos y oportunidades Anexo 1^a

Elaboró	Revisó	Autorizó
	Jefe de área o departamento	Director o Gerente
<p>Nota: Se hace omisión de firma de seguimiento de riesgos porque no serán implementados en este momento. En caso de la empresa esté llevando a cabo el seguimiento, deberá firmar la persona que elaboro y el encargado de la empresa.</p>		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.2.8 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS.

La organización debe determinar los objetivos de calidad y que tenga coherencia tal y como lo establece la política de calidad de la empresa. Con los objetivos de calidad se puede trabajar en una misma sintonía para lograr que se cumplan todo lo que la organización se proponga y garantizar la satisfacción del cliente. En la siguiente tabla se representan los objetivos a lograr, la forma en que va ser medido y como se va a estar monitoreando para lograr cumplirlos.

Tabla 19: Objetivos y planificación de la calidad.

Objetivo de calidad	Procesos que abarca	Indicador (como lo mido)	Meta (Resultados a obtener)	Frecuencia de aplicación	Responsable	Registro
Incrementar la satisfacción de los clientes	Atención al cliente	Índice de satisfacción	80%	Semestral	Todos los miembros de la empresa.	Información documentada.
Reducir mermas y productos defectuosos.	Atención al cliente, compras.	Producto no conforme.	5%	Semestral	Todos los miembros de la empresa.	Información documentada
Reducción de quejas por mala atención	Todos los procesos	Índice de quejas	20%	Semestral	Todos los miembros de la empresa.	Encuestas elaboradas

3.2.9 PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS.

La planificación de los cambios aplica cuando la organización determine en su momento la necesidad de un nuevo rumbo por diferentes circunstancias que motiven a la empresa a realizar modificaciones al SGC. Para ello se recomienda utilizar la tabla 19, donde se puede llevar un registro de los principales cambios a realizar indicando causas y consecuencias del cambio efectuado dándole seguimiento a las actividades para un mejor control.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tabla 20: Planificación de los cambios de acuerdo a las pymes encuestadas.

Cambios a efectuar	Objetivo principal del cambio.	Asignación o reasignación de responsabilidades.	Causas del cambio	Consecuencias del cambio efectuado	Recursos necesarios para solventar cambio.	Encargado de aprobar la decisión.

3.2.10 MAPA DE PROCESOS.

Es de gran importancia que la organización tenga identificados y definidos los procesos que utiliza para que no exista confusión de procesos que no aplican en la empresa. Con el mapa de procesos se tiene un panorama más detallado de todo lo que involucra los procesos principales y de soporte para la gestión de una pyme. Se elaboró el siguiente mapa de procesos que tiene aplicación en las tiendas de abarrotes.

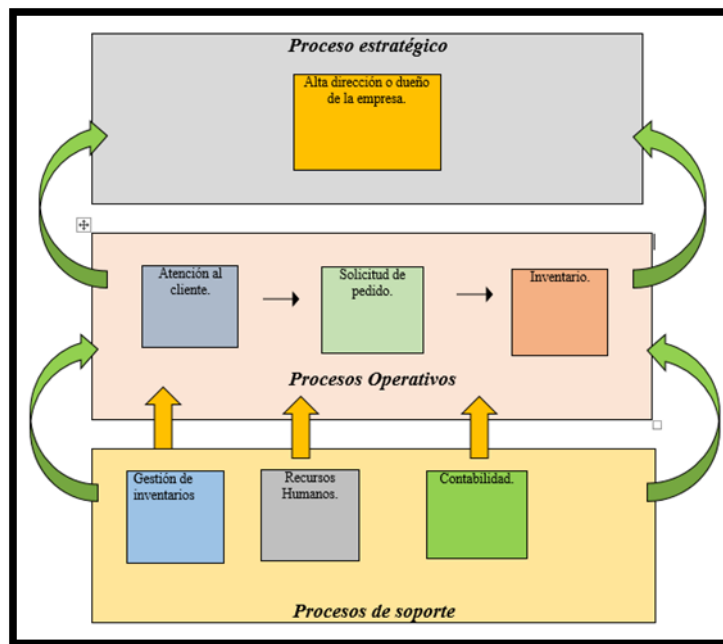


Figura 6: Procesos en las tiendas encuestadas del municipio de Tuxpan Ver.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

En la figura 6 se describen las fases que tienen las 10 pymes encuestadas del municipio de Tuxpan Ver, además de mostrar las etapas con las cuales mantienen su proceso estratégico, operativo y proceso de soporte.

3.3 ESTRUCTURA DOCUMENTADA EN LAS PYMES.

La información documentada es de gran utilidad para las empresas, debido a que es el respaldo con el cual ellos garantizan que sus procesos van a ser desarrollados de forma eficaz. La organización debe determinar la información considerada como valiosa que sea de gran utilidad para garantizar el buen funcionamiento del SGC. En la versión de la ISO 9001:2008, consideraba que el manual de calidad era un requisito obligatorio, por su parte en la versión más reciente del año 2015 el manual es un requisito no obligatorio y depende de cada organización adoptarlo o no.

La información documentada que da respaldo al SGC de las Pymes queda estructurado de la siguiente manera:

- Manual de calidad
- Formato de inventarios
- Formato de atención al cliente.
- Formato de mantenimiento.

La creación y actualización de información documentada es uno de los apartados que requiere mayor atención por parte de las personas encargadas de elaborar y modificar formatos, debido a que pueden presentarse inconvenientes con equivocaciones o uso de formatos no actualizados. En ocasiones se realizan modificaciones a la documentación pero no se da a conocer al personal, ocasionando equivocaciones y documentación doble que al final del día es obsoleta ya que no es verídica en su totalidad. Con respecto a este apartado de la norma, se utilizaran ciertos parámetros para controlar la documentación. Los formatos deberán incluir el nombre del documento, fecha de elaboración, autor o número de verificación. También deberán incluir su última revisión o aprobación para evitar confusiones con formatos no actualizados.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

El control de información documentada la organización debe determinar la forma de impartir toda la documentación necesaria a sus trabajadores. Para este caso, cada una de las pymes deberá de ver la forma más correcta de hacer llegar la información a sus trabajadores de acuerdo a cada uno de los alcances y limitaciones de las organizaciones.

El control de información documentada se lleva a cabo mediante asignación de códigos de verificación para cada uno de los formatos o manuales que se utilicen.

En la siguiente tabla se presenta los documentos que dan soporte al SGC, donde se encuentran los documentos anteriormente mencionados y formatos que son de gran ayuda para dar cumplimiento en algunos sectores de la norma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tabla 21: Control de información documentada en los formatos utilizados.

Control de información documentada.			
Nombre del Documento	Sección de la norma que aplica	Tipo	Código de verificación
Manual de calidad.	Toda la norma	Manual	M – SGC
Formato de inventario.		Formato	F – INV
Atención al cliente.		Formato	F – ACLIE
Formato de mantenimiento.		Formato	F – MTO
Capítulo 4: Contexto de la organización.			
Análisis FODA	4.1 Comprensión de la organización y de su contexto.	Formato	F – AF01
Necesidades y expectativas.	4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas.	Formato	F – NEYESP
		Encuesta	E – SATCLI
Alcance sistema de gestión de calidad.	4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de calidad.	Formato	F – ASGC
Descripción de procesos.	4.4 Sistema de gestión de la calidad y sus procesos.	Formato	F –DEPROC
Capítulo 5: Liderazgo			
	5.1 Liderazgo y compromiso.	Formato	F –POCAL
Política de calidad.	5.2 Política de la calidad	Formato	F – RESP P
Responsabilidades del personal.	5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización.	Formato	F – RRYAUT
Capítulo 6: Planificación			
Gestión de riesgos y oportunidades	6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades.	Formato	F – GRYOP
Objetivos de calidad.	6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos.	Formato	F – OBJCAL



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Planificación de cambios.	6.3. Planificación de los cambios.	Formato	F – PLA/CAM
Capítulo 7: Apoyo			
Reclutamiento de pymes.	7.1. Recursos	Diagrama	D – FLRE
	7.2 Competencia	-----	-----
Registro de capacitación.	7.3. Toma de conciencia	Formato	F – CAPPER
Comunicación del SGC.	7.4. Comunicación	Formato	F – COSGC
Capítulo 8: Operación			
Formato de pedidos.	8.1 Planificación y control operacional.	Formato	F – PEDS
-----	8.2 Requisitos para los productos y servicios.	-----	-----
-----	8.3 Diseño y desarrollo de los productos y servicios.	-----	-----
Evaluación a proveedores externos	8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente.	Formato	F–EVPEX
Formato de inventarios.	8.5 Producción y provisión del servicio.	Formato	F – COINV
Formato mantenimiento.		Formato	F – MTO
Liberación de productos y servicios.	8.6 Liberación de los productos y servicios	Formato	F– LIPYS
Control de salidas no conformes.	8.7 Control de las salidas no conformes.	Formato	F –NCONF
Capítulo 9 Evaluación del desempeño			
Matriz de desempeño.	9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación.	Formato	F – MATD
Evaluación del desempeño.		Formato	F – EVALD
	9.2 Auditoría interna.		
-----	9.3 Revisión por la dirección	-----	-----
Capítulo 10 Mejora			
-----	10.1 Generalidades	-----	-----



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.4 MEJORAS AL SGC DE PYMES

Para dar cumplimiento al apartado 9 y 10 de la norma ISO 9001:2015 que comprenden a la evaluación del desempeño de la organización y la mejora continua se elaboró el siguiente formato de matriz de desempeño donde vienen incluidas una serie de escalas para determinar el nivel de cumplimiento de las tiendas de abarrotes. Esta escala será utilizada para determinar en qué sector de desempeño se encuentran las tiendas de abarrotes de acuerdo al modelo de gestión de calidad diseñado.

Tabla 22: Formato matriz del desempeño.

FORMATO MATRIZ DEL DESEMPEÑO					
Responsable:					Código: F-MATD
Fecha:					
Frecuencia del desempeño	Puntuación	Concepto	Nivel total de desempeño	Rangos	Acciones por realizar.
	5	Excelente		165 - 205	Mantener el desempeño que se tiene.
	4	Bueno		124 - 164	Mejorar las áreas donde se presentan bajos rangos de desempeño.
	3	Regular		123 - 83	Planificar nuevas acciones correctivas a implementar.
	2	Malo		82 - 42	Tomar acciones correctivas en el desempeño que se está teniendo.
	1	Deficiente		0 - 41	Implementar acciones en su totalidad.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Para determinar el nivel de cumplimiento se evaluó una tienda de abarrotes contemplando cada uno de los apartados que establece la norma. A continuación se presenta el formato que fue elaborado para determinar el rendimiento del SGC.

Tabla 23: Formato de evaluación del desempeño.

FORMATO EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO		F-EVALD				
Responsable:						
Fecha:						
Categoría con base a la normativa ISO9001:2015.		Frecuencia del desempeño.				
		1	2	3	4	5
CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN:						
Comprensión de la organización y su contexto						X
Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas						X
Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad					X	
Sistema de gestión de la calidad y sus procesos					X	
LIDERAZGO:						
Liderazgo y compromiso						X
Enfoque al cliente						X
POLÍTICA:						
Establecimiento de la política de la calidad						X
Comunicación de la política de la calidad						X
Roles, responsabilidades y autoridades en la organización						X
PLANIFICACIÓN:						
Acciones para abordar riesgos y oportunidades					X	
Objetivos de la calidad y planificación para lograrlo						X
Planificación de los cambios					X	
APOYO:						
Recursos						X
Personas						X
Infraestructura					X	
Ambiente para la opción de los procesos					X	
Recursos de seguimiento y medición						X
Conocimientos de la organización						X
Toma de conciencia					X	
Comunicación						X
Información documentada					X	
Creación y actualización				X		
Control de la información documentada					X	
OPERACIÓN:						
Planificación y control operacional					X	
Requisitos para los productos y servicios					X	
Comunicación con el cliente						X



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Determinación de los requisitos para los productos y servicios				X	
Revisión de los requisitos para los productos y servicios				X	
Cambios en los requisitos para los productos y servicios				X	
Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente				X	
Tipo y alcance del control				X	
Información para los proveedores externos					X
Producción y provisión del servicio					X
Control de la producción y de la provisión del servicio				X	
Identificación y trazabilidad			X		
Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos				X	
Preservación				X	
Actividades posteriores a la entrega				X	
Control de los cambios				X	
Liberación de los productos y servicios				X	
Control de las salidas no conformes				X	
TOTAL	0	0	6	92	80
	178				

Con base a la evaluación de desempeño realizada se obtuvo una puntuación total de 178, cayendo en el rango que está dentro de las puntuaciones de 165-205, lo que quiere decir que la organización tiene un desempeño (excelente). Las recomendaciones a realizar deben de mantener las acciones desempeñadas hasta el momento, por lo cual es de suma importancia no bajar el ritmo con el que se trabaja para dar cumplimiento a la norma ISO9001:2015 y llevar a la organización por el rumbo correcto. Como acciones de mejora la organización debe considerar los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua. Se debe considerar que la excelencia se alcanza siempre trabajando de forma constante aunque todo marche bien se debe trabajar para ser mejores y más competitivos cada día.



CAPÍTULO V

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Descripción de los experimentos y técnicas de análisis usadas.

El proyecto parte del diagnóstico de la situación actual respecto al nivel de cumplimiento que poseen las tiendas de abarrotes de acuerdo a la norma internacional ISO 9001:2015. Se maneja una investigación de tipo explicativa donde se busca establecer la relación causa-efecto de poner en marcha un modelo de gestión de la calidad analizando sus respectivas ventajas y desventajas. El ambiente donde se llevó a cabo la recolección de datos fue en un ambiente controlado, debido a que se monitorio el 10% del total de la muestra real.

VARIABLES:

Las variables que se están manejando en el proyecto son de carácter cualitativo y cuantitativo. En sí, las variables independientes van a ser medidas por medio de una evaluación posterior para determinar si en realidad se están cumpliendo con todos los requisitos que establece la norma ISO 9001:2015. A continuación se presenta la siguiente matriz de operacionalización de variables, en donde se identifican el desglose de cada una de las variables con sus respectivos indicadores.

Tabla 24: Matriz de operacionalización.

Variable dependiente	Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
Porcentaje de cumplimiento de requisitos de la norma.	Contexto de la organización.	Rumbo organizacional	Resultado de evaluación del desempeño.
	Liderazgo	Compromiso de los trabajadores.	
	Planificación	Capacitación de los trabajadores en la pyme.	
	Apoyo	Disponibilidad de recursos para operar en pyme.	
	Operación	Calidad de servicio	
	Evaluación del desempeño	Evaluación y análisis del desempeño	
	Mejora	Obtención de la mejora continua	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Población o muestra:

En Tuxpan Veracruz operan alrededor de 135 tiendas de abarrotes de tamaño regular. Para calcular el número de tiendas que deben ser encuestadas para realizar el modelo de gestión de la calidad, se utilizara la siguiente fórmula para muestras finitas menores a 100,000.

Tabla 25: Significado de simbología.

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2(N - 1) + Z^2 p q}$$

n= tamaño de la muestra
N= población
z= nivel de confianza
p= probabilidad a favor
q= probabilidad en contra
e= error

Con base a la formula anterior, se van a sustituir los datos obtenido contemplando un nivel de significancia del 95%.

Tabla 26: Datos de la operación.

$$n = \frac{1.96^2(135)(0.5)(0.5)}{0.05^2(135 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$= 100.08 \text{ tiendas de abarrotes.}$$

n=?
N= 135
z= 95%=1.96
p= 0.5
q= 0.5
e= 0.05

Realizando el despeje de la formula se obtuvo una muestra total de 100.08 tiendas, del cual se tomara una sección del 10% de la muestra total , debido a que la muestra obtenida es muy elevada para recabar toda la información.

$$100.08=100\%$$

$$x= 10\% \quad x = \frac{100.08 \times 10}{100} = 10 \text{ tiendas de abarrotes.}$$

En total se llevara a cabo un muestreo de un total de 10 tiendas de abarrotes.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Presentación de los resultados obtenidos:

Los resultados obtenidos que se presentan a continuación, pertenecen a la evaluación del desempeño realizadas al modelo de gestión de la calidad para determinar el nivel de cumplimiento de requisitos que establece la norma ISO 900:2015.

Tabla 27: Evaluación de cumplimiento ISO 9001:2015.

Contexto de la organización		Evaluación	
Número de la norma	Cantidad de requisitos	Aplica	No Aplica
4.1 Comprensión de la organización y de su contexto	2	X	
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	3	X	
4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	7	X	
4.4 Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	12	X	
Capítulo 5: Liderazgo		Evaluación	
5.1 Liderazgo y compromiso	13	X	
5.2 Política	7	X	
5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	6	X	
Capítulo 6: Planificación		Evaluación	
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades	8	X	
6.2 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	14	X	
6.3 Planificación de los cambios	5	X	
Capítulo 7: Apoyo		Evaluación	
7.1 Recursos	19	X	
7.2 Competencia	4	X	
7.3 Toma de consciencia	4	X	
7.4 Comunicación	5	X	
7.5 Información documentada	13	X	
Capítulo 8: Operación		Evaluación	
8.1 Planificación y control operacional	10	X	
8.2 Requisitos para los productos y servicios	19	X	
8.3 Diseño y desarrollo de los productos y servicios	36		X
8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente.	21	X	
8.5 Producción y provisión del servicio	26	X	
8.6 Liberación de los productos y servicios	5	X	
8.7 Control de las salidas no conformes	12	X	
Capítulo 9: Evaluación del desempeño		Evaluación	
9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación	16	X	
9.2 Auditoría interna	10	X	
9.3 Revisión por la dirección	17	X	
capítulo 10: Mejora		Evaluación	
10.1 Generalidades	4	X	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.2 No conformidad y acción correctiva	12	X	
10.3 Mejora continua	2	X	

Tabla 28: Presentación de los resultados obtenidos.

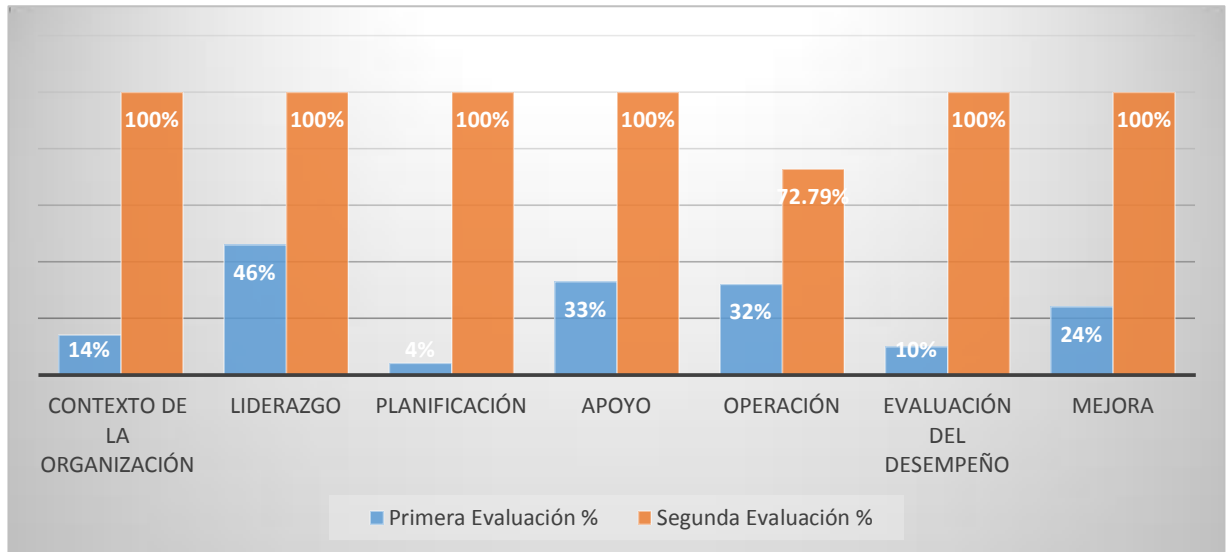
Apartado Norma	Cantidad requisitos norma	Cantidad de requisitos cumplidos	Nivel de cumplimiento
Contexto de la organización	24	24	100%
Liderazgo	26	26	100%
Planificación	27	27	100%
Apoyo	45	45	100%
Operación	129	93	72.79%
Evaluación del desempeño	43	43	100%
Mejora	18	18	100%
Total	312	276	96%

Tabla 29: Evaluaciones de nivel de cumplimiento de norma ISO 9001:2015.

Apartado ISO	Primera Evaluación %	Segunda Evaluación %
Contexto de la organización	14%	100%
Liderazgo	46%	100%
Planificación	4%	100%
Apoyo	33%	100%
Operación	32%	72.79%
Evaluación del desempeño	10%	100%
Mejora	24%	100%
Valor Promedio Obtenido.	23%	96%



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE



Gráfica 4: Evaluaciones de cumplimiento de la ISO en pymes.

Validación de Hipótesis:

Con base a las hipótesis formuladas y de acuerdo a los resultados obtenidos de la evaluación del desempeño se obtuvo lo siguiente:

En la evaluación preliminar las pymes lograban cumplir con un 23% en el nivel de cumplimiento con base a la norma ISO 9001:2015. Posteriormente de haber realizados el modelo de gestión de la calidad, se realizó una nueva evaluación y se obtuvo un nivel de cumplimiento del 96%. Realizando un comparativo entre la primera y última evaluación del desempeño realizada, existe un incremento del 73% en el nivel de cumplimiento de los requisitos que establece la norma ISO 9001:2015. Con base a estos resultados se puede deducir que las pymes tendrán un impacto favorable, debido a que tendrán mejores argumentos para hacer frente al entorno de trabajo para brindar mejor calidad de servicio a sus clientes, por lo cual se acepta la hipótesis alternativa que enuncia lo siguiente:

H_1 : Con un modelo de gestión de la calidad bajo la normativa ISO 9001:2015, las pymes lograrán satisfacer las necesidades de los consumidores además de que tendrán mejor crecimiento económico y aseguramiento de la calidad.



CONCLUSIONES

Las conclusiones que se obtuvieron al realizar el modelo de gestión de calidad para microempresas de la región de Tuxpan Veracruz, específicamente para el sector de tiendas de abarrotes se pueden apreciar de acuerdo a lo establecido en la propuesta de tesis respecto al objetivo general y los objetivos específicos, el trabajo final satisface cada uno de dichos objetivos, como se enuncia de forma explícita de la siguiente manera.

Objetivo General:

Diseñar un modelo de gestión de la calidad para microempresas de la región de Tuxpan, Veracruz basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2015.

Se diseñó un modelo de gestión de la calidad con base a los requisitos que establece la norma ISO9001:2015 debido a las empresas de hoy en día deben de estar siempre a la vanguardia, para satisfacer las necesidades de los consumidores. En un mercado cada vez más demandante donde los consumidores son más exigentes, las organizaciones deben de estar actualizadas para proporcionar los productos correctos en lugar y el momento oportuno. Estas son algunas de las causas que motivaron la elaboración de un modelo de gestión de la calidad que fuera de gran utilidad y que estuviera adaptado para las pymes principalmente tiendas de abarrotes. Además de siempre teniendo en cuenta que la aplicación de normas busca la mejora del funcionamiento y la eficiencia en la utilización de los recursos, lo que bien llevado puede conducir a la reducción de costos y la mejora continua.

Objetivos Específicos:

Objetivo 1: Realizar un diagnóstico para verificar el nivel de cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001:2015 en las microempresas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Se realizó un diagnóstico utilizando una hoja de verificación para evaluar cada uno de los apartados que se establecen en la norma, esta evaluación fue aplicada a 10 tiendas de abarrotes, equivalentes a un 10% de la muestra total.

De acuerdo al nivel de cumplimiento de los requisitos que establece la norma internacional ISO 9001:2015, los resultados arrojados fueron muy bajos ya que solo cumplieron con un valor promedio de 23% en una escala de (0-100%) y por tal motivo se elaboró el modelo de gestión de calidad para que los dueños de las tiendas lo puedan implementar en su negocio y así ellos puedan tener un mejor nivel normativo que los destaque en este mercado y a su vez les dejé grandes ingresos.

Objetivo 2: Definir la planeación estratégica de las pymes con base en los apartados 4, 5 y 6 de la norma ISO 9001:2015.

Se elaboraron formatos para dar cumplimiento a los apartados 4,5 y 6 que hacen referencia al contexto de la organización, liderazgo y planificación. Entre los formatos elaborados están: el análisis FODA, formato de necesidades y expectativas, Alcances del SGC, sistemas de gestión de calidad y sus procesos, política de calidad, formato de roles y responsabilidad, formato de gestión de riesgos y oportunidades, mapa de procesos. Los formatos elaborados serán de gran ayuda para que la organización tenga definido el rumbo a seguir para alcanzar las metas que se proponga. Es decir que gracias a la implementación de los diferentes formatos mencionados con anterioridad se tendrá una buena planeación estratégica de la organización con base a la normativa aplicada.

Objetivo 3: Diseñar la estructura documental para el modelo de gestión de calidad.

La estructura documental del SGC es de gran importancia para brindar el soporte necesario para el aseguramiento de los procesos de forma eficaz. La documentación que da sustento al SGC quedo conformada por un Manual de calidad, Formato de inventarios, Formato de atención al cliente y Formato de mantenimiento. Es decir que mediante el uso de esta documentación como herramienta diversa se pudo cumplir con dicho objetivo de una estructura documental para el modelo del SGC.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Objetivo 4: Verificar el comportamiento del sistema de gestión de calidad en la pymes para la realización de posibles mejoras.

Se elaboraron formatos de evaluación del desempeño para poder monitorizar el nivel de cumplimiento y comportamiento del SGC y así se descartaran inconvenientes que pudieran llegar a causar algún problema para las organizaciones que apliquen este modelo, el resultado obtenido en comparación al obtenido en un principio fue totalmente satisfactorio, ya que ahora los resultados arrojados lo categorizan en nivel excelente y a su vez esto nos indica que es de gran ayuda para las empresas que lo apliquen. Dentro de este rubro también se utilizó como instrumento de recolección de datos, un formato de auditorías ya que los resultados que este arroja son una evidencia para el rendimiento de cuentas de la organización. De tal manera que al emplear el modelo de gestión de la calidad propuesto bajo la normativa ISO9001:2015 las pymes tendrán mayor crecimiento, además que asegurarán que cuentan con la calidad dentro de su establecimiento y esto a su vez aprobaría la hipótesis planteada desde un inicio.



ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a clientes de los abarrotes.

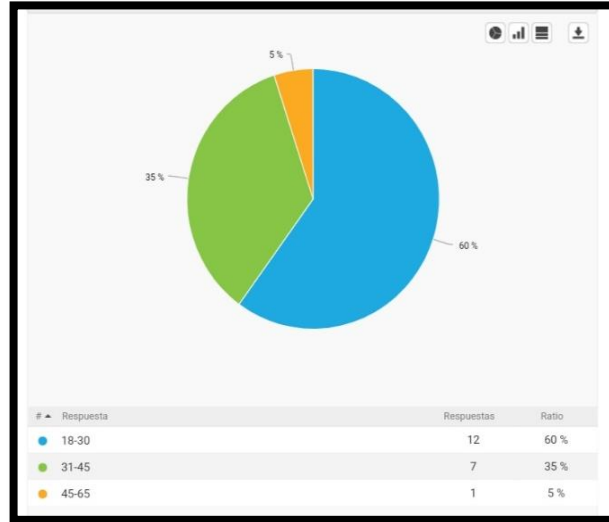
Para conocer un poco más a las tiendas de abarrotes se elaboró la siguiente encuesta al cliente para identificar las principales razones que motivan a comprar las personas, los tipos de productos que mayormente compran, entre otras particularidades. La encuesta elaborada consiste en 12 preguntas aplicada a 20 personas. A continuación se presentan los resultados obtenidos:

1.- ¿Seleccione su sexo?

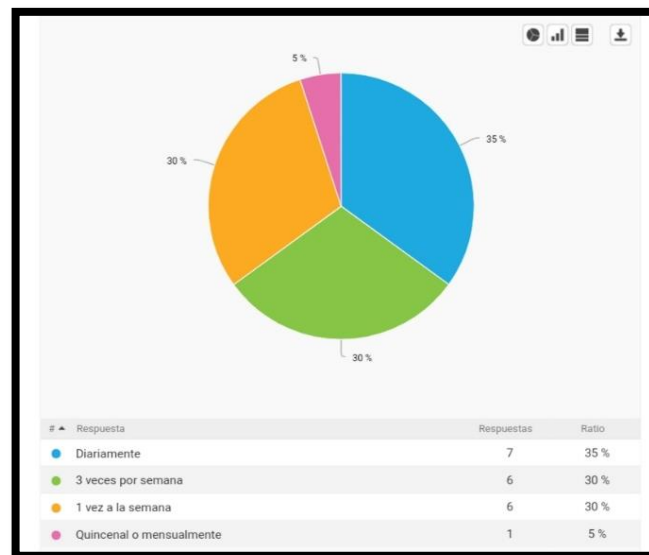




2.- ¿Cuál es su edad?



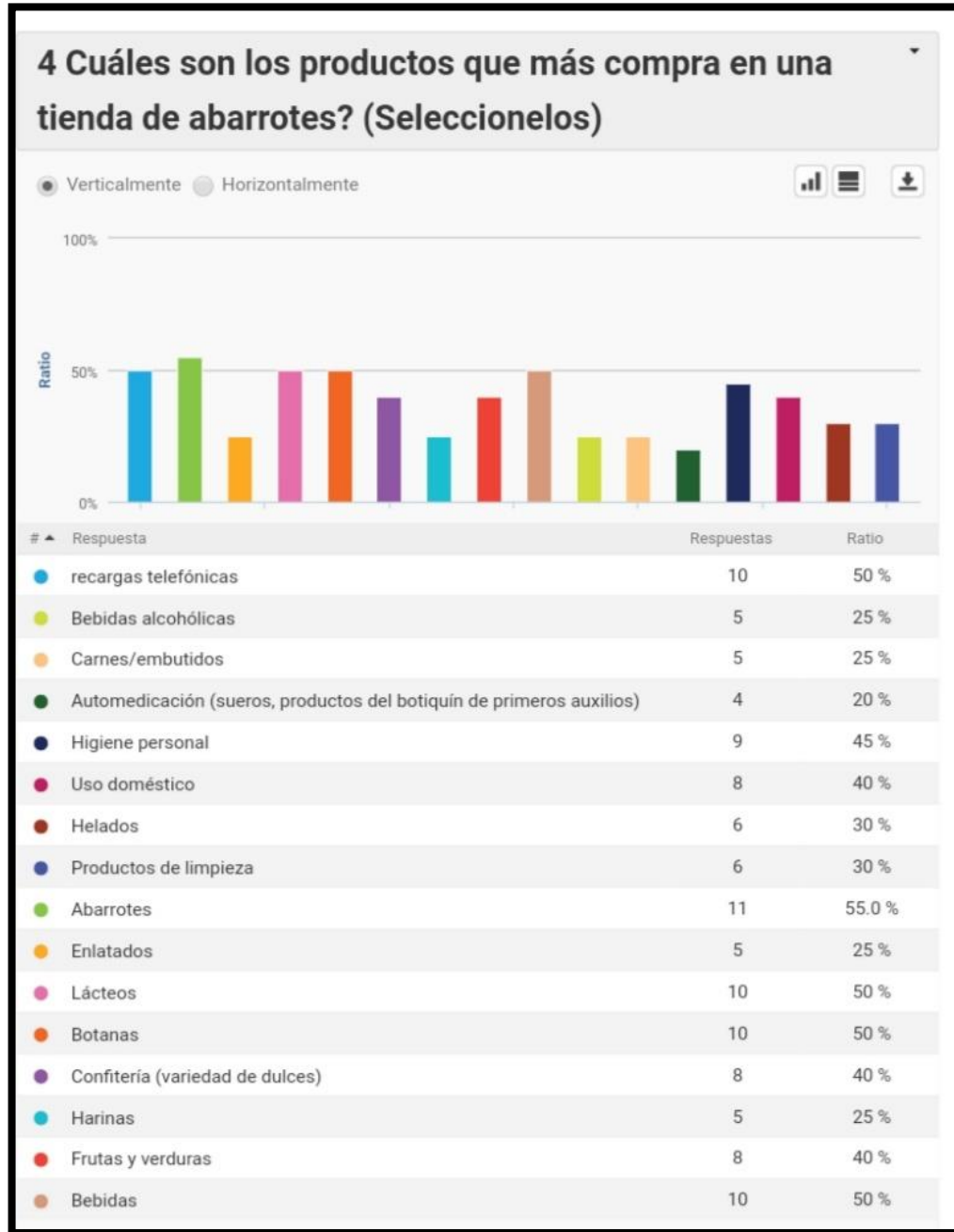
3.- ¿Con que regularidad compra en una tienda de abarrotes?





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

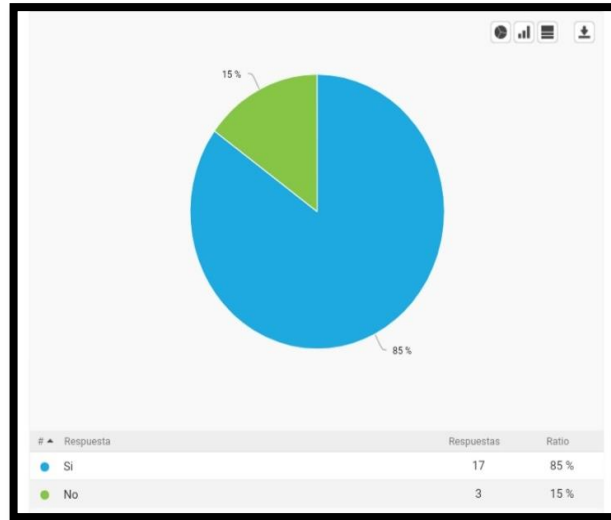
4.- ¿Cuáles son los productos que más compra en una tienda de abarrotes? Selecciónelos.



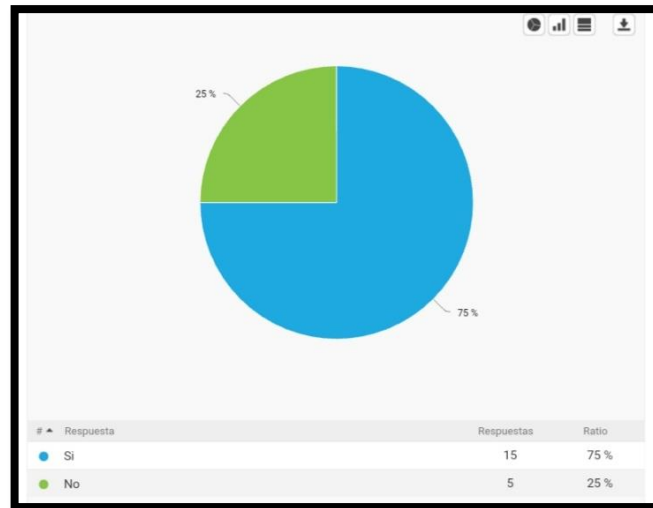


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.- ¿Está usted satisfecho/a con los productos que ofrecen en las tiendas de abarrotes cercanas a su vivienda?



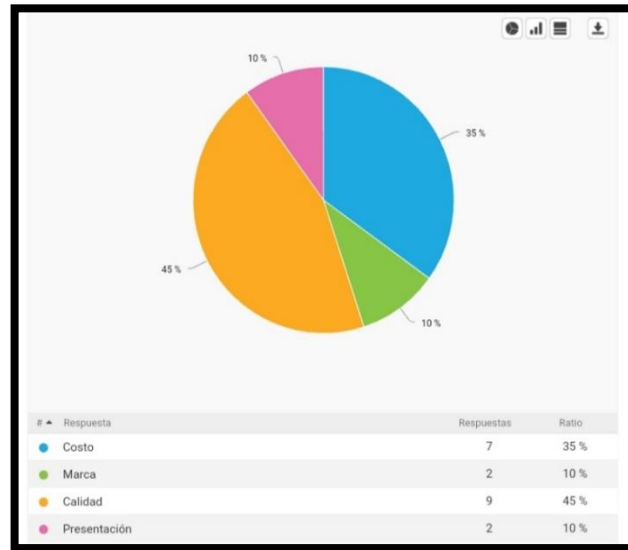
6.- ¿Queda usted satisfecho/a con la atención que recibe al comprar en una tienda de abarrotes?



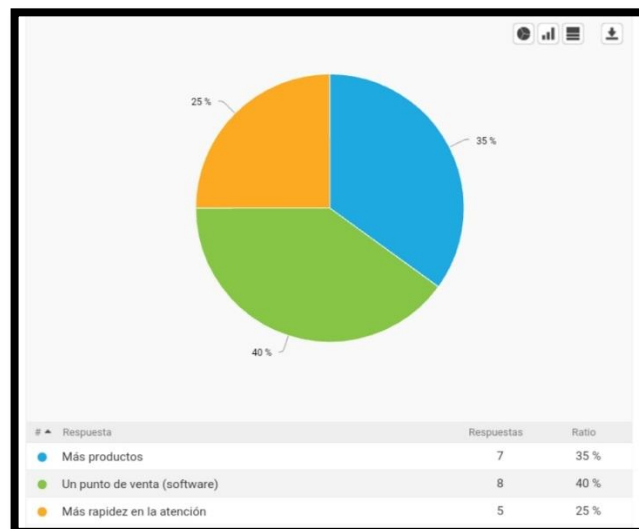


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.- ¿Qué aspectos valora de los productos a adquirir?



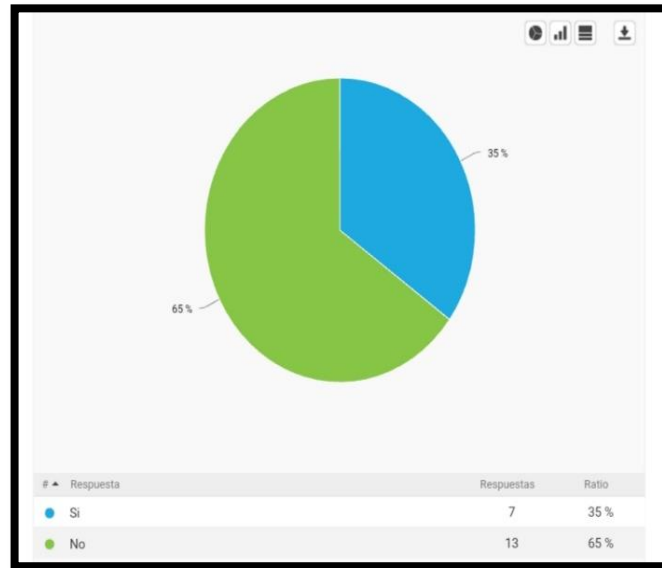
8.- ¿Según su criterio, que considera que necesita una tienda de abarrotes para mejorar su desempeño?



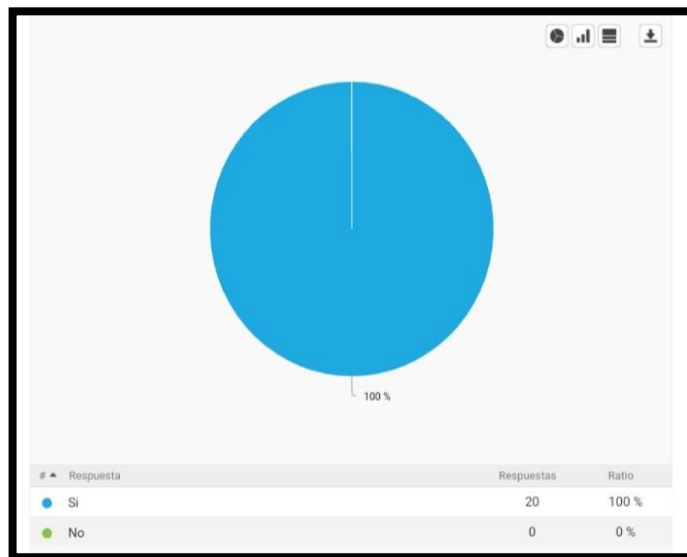


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

9.- ¿Las tiendas de abarrotes a las que acude cuentan con filtro sanitario?



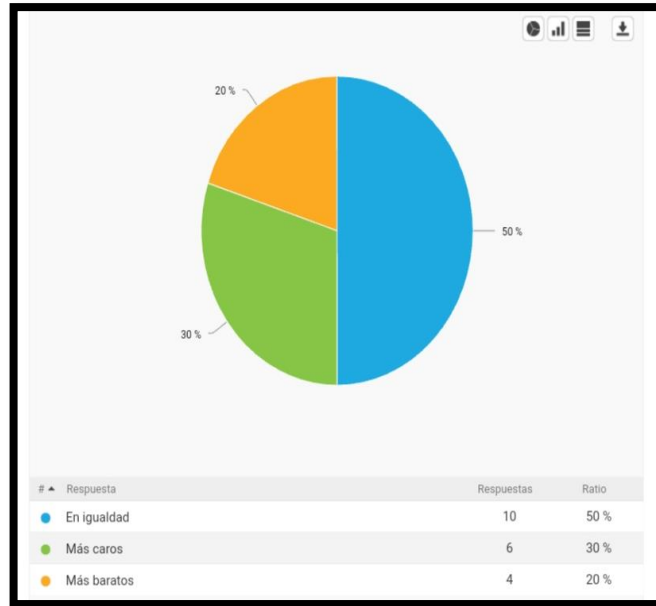
10.- ¿Considera importante que las pequeñas empresas, como lo son las tiendas de abarrotes cuenten con filtro sanitario?



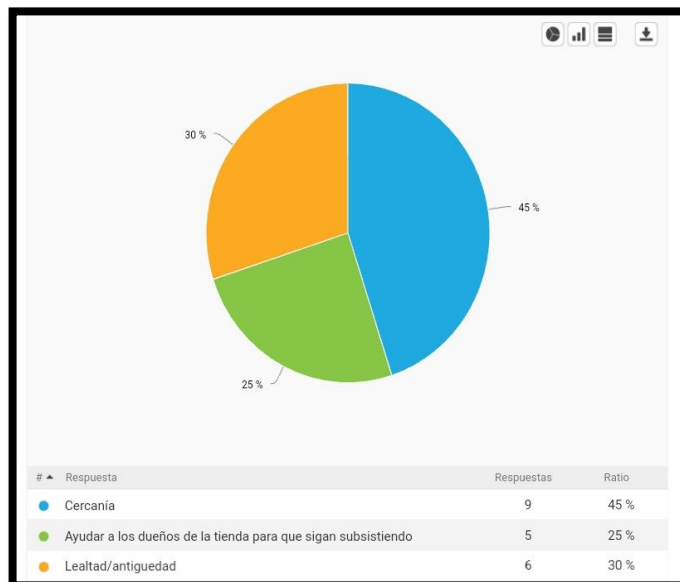


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11.- ¿Cómo considera los costos de las tiendas de abarrotes en comparación a los supermercados, o supers de cadena?



12.- ¿Por qué razón compra en una tienda de abarrotes?





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 2: Análisis FODA.

Análisis Foda abarrotes el deportista

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF01
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 98 de 435

Fecha de elaboración:	13/Octubre/2020
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	José Rodolfo Franco Del Ángel, Alondra Anali Ávila González, Katia Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
Fortalezas Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos	<ul style="list-style-type: none"> Excelente trato con el cliente Buena Ubicación Venta de producto de marcas reconocidas Venta de productos frescos
Debilidades Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales	<ul style="list-style-type: none"> Falta de coordinación por parte de los trabajadores. No cuenta con un módulo de sanitización adecuada. Falta de mantenimiento en el lugar provocando una mala imagen. No contar con un plan de mercadotecnia o publicidad. Empleados sin capacitación Falta de liderazgo por parte del dueño para buscar el crecimiento.
Contexto externo	
Oportunidades Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar necesidades de los clientes para introducir variedad de productos. Aprovechar la ubicación para incrementar las ventas. Aprovechar la calidad y el buen trato a los clientes para generar clientes fieles al negocio. Fomentar la sana convivencia de los trabajadores para ser más productivos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Amenazas

Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización

- El crecimiento continuo de la competencia, incluyendo la tecnología.
- La estrategia de mercadotecnia por parte de la competencia.
- La pérdida de proveedores
- Bajos niveles de ventas
- Aumento considerable de precios de los productos
- Aumento de los salarios de las personas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Abarrotes don Fernando

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF02
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 100 de 435

Fecha de elaboración:	13/Octubre/2020
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	José Rodolfo Franco Del Ángel, Alondra Anali Ávila González, Katia Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
Fortalezas Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos	<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación • Excelente trato con el cliente • Venta de productos frescos • Venta de producto de marcas reconocidas
Debilidades Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales	<ul style="list-style-type: none"> • No contar con un plan de mercadotecnia o publicidad. • Falta de mantenimiento en el lugar provocando una mala imagen. • Falta de liderazgo por parte del dueño para buscar el crecimiento.
Contexto externo	
Oportunidades Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la temporada para vender otros productos. • Aprovechar necesidades de los clientes para introducir variedad de productos. • No cuenta con un módulo de sanitización adecuada. • Aprovechar la calidad y el buen trato a los clientes para generar clientes fieles al negocio. • Aprovechar la ubicación para incrementar las ventas.
Amenazas Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Bajos niveles de ventas • El crecimiento de la competencia. • La tecnología que utilizan la competencia. • Aumento considerable de precios de los productos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis foda Abarrotes la esquina

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF03
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 101 de 435

Fecha de elaboración:	13/Octubre/2020
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	José Rodolfo Franco Del Ángel, Alondra Anali Ávila González, Katia Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Área transita y de mucha afluencia vehicular. Variedad de productos que se ofrecen al cliente. Venta de productos frescos y de calidad. Experiencia en el mercado Buen trato al cliente
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Instalaciones de mala calidad. Falta de mantenimiento en el lugar provocando una mala imagen.
Contexto externo	
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar las temporadas para introducir variedad de productos. Buscar una ampliación del local para tener una mejor distribución de productos y tener mejores instalaciones.
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> El aumento de los precios de los productos. Bajos niveles de ventas El crecimiento de la competencia. La tecnología que utilizan la competencia. Perdida de proveedores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Abarrotes Vicente

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF04
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 102 de 435

Fecha de elaboración:	13/Octubre/2020
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	José Rodolfo Franco Del Ángel, Alondra Anali Ávila González, Katia Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Buen trato con el cliente Venta de producto de calidad. Venta de productos frescos La buena ubicación de la tienda. Experiencia obtenida por parte del dueño para conocer necesidades del cliente.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Falta de un plan de mercadotecnia. Empleados sin capacitación previamente recibida. Falta de mantenimiento en el lugar provocando una mala imagen.
Contexto externo	
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar la ubicación para incrementar las ventas. Aprovechar la calidad de los productos que se venden para generar clientes leales. Aprovechar necesidades de los clientes para introducir variedad de productos. Fomentar la sana convivencia de los trabajadores para ser más productivos.
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> La competencia y sus planes de negocio. La pérdida de proveedores Aumento considerable de precios de los productos Bajos niveles de ventas



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Miscelánea Doña Silvia

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF05
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 103 de 435

Fecha de elaboración:	13/Octubre/2020
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	José Rodolfo Franco Del Ángel, Alondra Anali Ávila González, Katia Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
Fortalezas Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de productos de calidad • Buen trato al cliente • Excelente ubicación de la tienda • Venta de productos frescos • Buen conocimiento del mercado
Debilidades Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales	<ul style="list-style-type: none"> • No buscar la mejora continua por parte del dueño • Falta de publicidad del establecimiento. • Mala distribución del área. • Falta de mantenimiento en el lugar provocando una mala imagen.
Contexto externo	
Oportunidades Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la opinión del cliente para introducir nuevos productos. • Aprovechar el buen trato a los clientes para generar clientes fieles al negocio.
Amenazas Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización	<ul style="list-style-type: none"> • El plan de negocios que maneja la competencia. • La tecnología que utiliza la competencia para brindar mejor servicio. • La pérdida de proveedores • Bajos niveles de ventas • La crisis económica del país.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Abarrotes Juárez

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF06
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 104 de 435

Fecha de elaboración:	
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	Alondra Anali Ávila González, José Rodolfo Franco Del Ángel, Katya Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Buena clasificación de los productos Venta de enlatados. Venta de lácteos. Venta de verduras y fruta fresca. Venta de botanas de marcas reconocidas. Venta de diversas bebidas. Tiene buena ubicación.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Falta de limpieza en los productos cercanos a la entrada. No contar con suficiente espacio para la sana distancia. No cuenta con algunas medidas sanitarias de acuerdo virus COVID-19. En ocasiones no cumple con el horario de atención establecido. Falta de publicidad. Falta de facturación electrónica. Falta de confitería. Falta liderazgo por parte del dueño para la mejora de calidad.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contexto externo	
Oportunidades Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización	<ul style="list-style-type: none">• Implementar facturación electrónica.• Implementar recargas telefónicas.• Dar a conocer por medio de carteles los productos que se ofrecen.• Realizar promociones que no afecten la utilidad de la microempresa.• Ampliar el espacio para la sana distancia tanto de empleados y clientes.
Amenazas Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización	<ul style="list-style-type: none">• Aumento de precio en los productos que se ofrecen.• Competencia con mayor calidad en productos.• Perdida de proveedores.• Aumento de competidores.• Mal manejo de fondos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Tienda de abarrotes la esquinita

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF07
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 106 de 435

Fecha de elaboración:	
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	Alondra Anali Ávila González, José Rodolfo Franco Del Ángel, Katya Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buena comunicación en las empleadas para encontrar lo que el cliente necesita. • Buena clasificación de los productos • Venta de enlatados. • Venta de lácteos. • Venta de botanas (frituras). • Venta de bebidas. • Venta de producto de uso doméstico. • Tiene buena ubicación.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No contar con suficiente espacio para la sana distancia. • No cuenta con algunas medidas sanitarias de acuerdo virus COVID-19. • Falta de productos como carnes y embutidos. • Falta de productos como frutas y verduras. • Falta de productos como helados. • Falta de publicidad. • Falta de facturación electrónica. • Falta liderazgo por parte del dueño para la mejora de calidad.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contexto externo	
<p>Oportunidades</p> <p>Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar facturación electrónica. • Implementar recargas telefónicas. • Contar con productos como carnes, embutidos, helados, frutas y verduras. • Dar a conocer por medio de carteles los productos que se ofrecen. • Realizar promociones que no afecten la utilidad de la microempresa. • Ampliar el espacio para la sana distancia tanto de empleados y clientes.
<p>Amenazas</p> <p>Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de precio en los productos que se ofrecen. • Competencia con mayor calidad en productos. • Tener competencia en domicilio cercanos. • Aumento de competidores. • Mal manejo de fondos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda tienda Six

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Código: F – AF08
		Página 108 de 435

Fecha de elaboración:	
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	Alondra Anali Ávila González, José Rodolfo Franco Del Ángel, Katya Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Buena comunicación en las empleadas para encontrar lo que el cliente necesita. ● Buena clasificación de los productos. ● Venta de enlatados. ● Venta de lácteos. ● Venta de confitería. ● Venta de recargas telefónicas. ● Venta de productos auto medicables (botiquín de primeros auxilios). ● Venta de botanas (frituras) y marcas reconocidas. ● Venta de bebidas no alcohólicas. ● Venta de helados. ● Tiene buena ubicación. ● Posee con amplia gama de sucursales dentro del municipio.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de productos como carnes y embutidos. ● Falta de productos como frutas y verduras. ● Falta de publicidad. ● Falta de facturación electrónica. ● Falta liderazgo por parte del dueño para la mejora de calidad. ● Falta de uso de las tecnologías.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contexto externo	
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementar facturación electrónica. ● Contar con productos como carnes, embutidos, frutas y verduras. ● Dar a conocer por medio de carteles los productos que se ofrecen. ● Realizar promociones que no afecten la utilidad de la microempresa. ● Realizar publicidad para dar a conocer a la microempresa. ● Hacer uso de redes sociales para promocionar sin gastar en publicidad física.
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de precio en los productos que se ofrecen. ● Competencia con mayor calidad en productos. ● Tener competencia en domicilio cercanos. ● Aumento de competidores. ● Mal manejo de fondos. ● Perdida de proveedores. ● Mala administración.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Abarrotes Plasti Tuxpan

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF09
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 110 de 435

Fecha de elaboración:	
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	Alondra Anali Ávila González, José Rodolfo Franco Del Ángel, Katya Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Buena comunicación en las empleadas para encontrar lo que el cliente necesita. ● Buena clasificación de los productos. ● Venta de enlatados. ● Venta de lácteos. ● Venta de botanas (frituras) y marcas reconocidas. ● Venta de bebidas no alcohólicas. ● Tiene buena ubicación.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de productos como carnes y embutidos. ● Falta de productos como frutas y verduras. ● Falta de productos como helados. ● Falta de publicidad. ● Falta de recargas telefónicas. ● Falta de productos de higiene personal. ● Falta de facturación electrónica. ● Falta liderazgo por parte del dueño para la mejora de calidad.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contexto externo	
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementar facturación electrónica. ● Implementar recargas telefónicas. ● Contar con productos como carnes, embutidos, helados, frutas y verduras. ● Dar a conocer por medio de carteles los productos que se ofrecen. ● Realizar promociones que no afecten la utilidad de la microempresa. ● Realizar publicidad para dar a conocer a la microempresa.
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de precio en los productos que se ofrecen. ● Competencia con mayor calidad en productos. ● Tener competencia en domicilio cercanos. ● Aumento de competidores. ● Mal manejo de fondos. ● Perdida de proveedores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Análisis Foda Abarrotes el supecito

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ANÁLISIS FODA	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – AF10
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1	Página 112 de 435

Fecha de elaboración:	
Fecha de revisión y mejora:	
Participantes:	Alondra Anali Ávila González, José Rodolfo Franco Del Ángel, Katya Denisse Pérez Hernández

Contexto interno	
Fortalezas Cualidades o activos dentro de la organización que son beneficiosos	<ul style="list-style-type: none"> Venta de recargas electrónicas. Venta de enlatados. Venta de lácteos. Venta de verduras y fruta fresca. Tiene buena ubicación. Excelente trato al cliente.
Debilidades Cualidades o responsabilidades dentro de la organización que son perjudiciales	<ul style="list-style-type: none"> Falta de mantenimiento al local. No contar con suficiente espacio para la sana distancia. No cuenta con algunas medidas sanitarias de acuerdo virus COVID-19. Falta de coordinación por parte de los empleados. Falta de facturación electrónica.
Contexto externo	
Oportunidades Condiciones reales o potenciales que son para la ventaja de la organización	<ul style="list-style-type: none"> Implementar facturación electrónica. Dar a conocer por medio de carteles los productos que se ofrecen. Realizar promociones que no afecten la utilidad de la microempresa. Ampliar el espacio para la sana distancia tanto de empleados y clientes.
Amenazas Condiciones reales o potenciales que afectan negativamente a la organización	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de precio en los productos que se ofrecen. Competencia con mayor calidad en productos. Perdida de proveedores. Aumento de competidores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 3: Diagnósticos de las tiendas de abarrotes.

Necesidades y expectativas de las partes interesadas

Abarrotes el deportista

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 113 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes el deportista		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación			
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):	Fecha inicial:	15/09/2020	Fecha Final: 15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:	15/09/2020		27/09/2020
Planeación:	28/09/2020		18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:	19/10/2020		15/11/2020
Evaluación del sistema:	16/11/2020		13/12/2020
Ajuste y mejora:	14/12/2020		15/01/2021

Identificación de las partes interesadas		
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Precios accesibles Buena atención
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes don Fernando

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 114 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes don Fernando		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):	15/09/2020	15/01/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:	15/09/2020	27/09/2020	27/09/2020
Planeación:	28/09/2020	18/10/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:	19/10/2020	15/11/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:	16/11/2020	13/12/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:	14/12/2020	15/01/2021	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Precios accesibles Buena atención	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes la esquina

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 115 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes la Esquina		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarroses		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Precios accesibles Buena atención	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes Vicente

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 116 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes Vicente		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Precios accesibles Productos de calidad Buena atención	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Buen ambiente de trabajo Estabilidad Laboral Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Ser más productivo Aumento de ventas	Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional. Mayores ingresos o ganancias.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Miscelánea doña Silvia

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 117 de 435

Nombre la empresa:	Miscelánea Doña Silvia		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Buena atención Precios accesibles	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes Juárez

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 118 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes Juárez		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Buena atención Precios accesibles	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Buen ambiente de trabajo Estabilidad Laboral Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Reconocimiento poblacional. Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes la esquinita

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 119 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes la esquinita		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Buena atención Precios accesibles Productos de calidad	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Ser más productivo Aumento de ventas	Oportunidad de crecimiento Reconocimiento poblacional. Mayores ingresos o ganancias.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda Six

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 120 de 435

Nombre la empresa:	Tienda Six		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Precios accesibles Buena atención	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento. Reconocimiento poblacional.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda Plasti Tuxpan

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NEYESP
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Página 121 de 435

Nombre la empresa:	Tienda Plasti Tuxpan		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarrotes		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Precios accesibles Productos de calidad Buena atención	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Rapidez en la entrega Precios accesibles	
3. Trabajadores	Estabilidad Laboral Buen ambiente de trabajo Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Aumento de ventas Ser más productivo	Oportunidad de crecimiento. Mayores ingresos o ganancias Reconocimiento poblacional.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes el zupercito

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DIAGNÓSTICO	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.1, 4.2	Código: F – NEYESP
		Página 122 de 435

Nombre la empresa:	Abarrotes el Zupercito		
Giro de la empresa:	Venta de productos de abarroses		
Áreas de la empresa:	Atención al cliente, Compras al proveedor y Contabilidad.		
Programación		Fecha inicial:	Fecha Final:
Periodo para desarrollo e implementación (fecha estipulada por la parte interesada de la implementación):		15/09/2020	15/01/2020
Diagnóstico de la empresa:		15/09/2020	27/09/2020
Planeación:		28/09/2020	18/10/2020
Documentación e implementación del sistema:		19/10/2020	15/11/2020
Evaluación del sistema:		16/11/2020	13/12/2020
Ajuste y mejora:		14/12/2020	15/01/2021
Identificación de las partes interesadas			
Partes interesadas	Necesidades	Expectativas	
1. Clientes	Mayor variedad de productos	Productos de calidad Precios accesibles Buena atención	
2. Público en general	Productos de calidad Buena atención	Precios accesibles Rapidez en la entrega	
3. Trabajadores	Buen ambiente de trabajo Estabilidad Laboral Servicio medico	Reconocimiento y recompensa	
4. Dueño	Ser más productivo Aumento de ventas	Reconocimiento poblacional. Mayores ingresos o ganancias Oportunidad de crecimiento.	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 4: Alcances del SGC.

Abarrotes el deportista

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3	Página 123 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes el deportista	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Harinas, Carnes y Embutidos, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente y ventas.	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes don Fernando

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3	Código: F – ASGC
		Página 125 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Don Fernando	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Frutas y verduras, Productos de limpieza, Higiene personal, Abarrotes, Uso doméstico, Enlatados y Harinas.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes la esquina

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – ASGC
Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3		Página 127 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes La Esquina	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Abarrotes, Enlatados, Harinas, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

1. Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes Vicente

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – ASGC
Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3		Página 129 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Vicente	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Higiene personal, Alimentos para animales, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Harinas,

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Miscelánea doña Silvia

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC		Versión: A
			Revisión: 0
			Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3		Página 131 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Miscelánea Doña Silvia	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes Juárez

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC		Versión: A
			Revisión: 0
			Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3		Página 133 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Miscelánea Doña Silvia	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Frutas y verduras.
Límites y aplicabilidad					
Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes la Esquinita

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3	Página 135 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Miscelánea Doña Silvia	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda abarrotes Six

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC			Versión: A
				Revisión: 0
				Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3			Página 137 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Miscelánea Doña Silvia	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda Plasti Tuxpan

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC			Versión: A
				Revisión: 0
				Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3			Página 139 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Miscelánea Doña Silvia	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes el Zupercito

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: ALCANCE DEL SGC		Versión: A
			Revisión: 0
			Código: F – ASGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.3		Página 141 de 435

Nombre de la empresa:	Abarrotes Miscelánea Doña Silvia	Número de sucursales:	1	Servicio que ofrece la empresa:	Atención al cliente
Objetivo del SGC:	Determinar el alcance para aumentar la satisfacción del cliente durante su compra, gracias a los procesos de mejora continua.			Productos que ofrece la empresa:	Lácteos, Productos de limpieza, Botanas, Bebidas, Higiene personal, Uso doméstico, Abarrotes, Enlatados, Frutas y verduras.

Límites y aplicabilidad

Áreas de la empresa	Metas ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?	Recursos ¿Con qué?	Partes interesadas	Resultados (productos y servicios)
Atención al cliente	Garantizar que el cliente quede satisfecho a la hora de adquirir sus productos y realizar sus compras.	Escuchar las peticiones y sugerencias de los clientes, incluyendo las quejas para mejorar de forma continua el proceso de venta.	Brindando capacitación al personal para que este a su vez otorgue una buena atención al cliente y así puedan regresar al establecimiento, como cliente frecuente.	Dueño de la tienda, empleados y público en general.	Garantizar la venta de producto de calidad, para satisfacer las necesidades de los consumidores.
Compras al proveedor.	Adquirir los productos con proveedores responsables y con alto rango de calidad.	Llevar un control de inventarios y verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones.	Aplicando lista de verificación para tener un control detallado de inventario.	Dueño de la tienda y proveedor.	Abastecer el local en tiempo y forma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Contabilidad	Garantizar que la empresa tenga disponibilidad de liquidez.	Teniendo un buen control de entradas y salidas de insumos o productos que se encuentran registrados en el sistema que cuente la tienda que a su vez coincida con el inventario y corte de caja.	Llevando a cabo una buena planificación, y a su vez realizando cortes de caja en forma periódica.	Dueño de la tienda y trabajadores.	Optimizar el rumbo de la organización en términos monetarios.
Exclusiones					
Requisito	Descripción del requisito		justificación de la exclusión		
8.3	Diseño y desarrollo de nuevos productos		El modelo de gestión es para pymes en las que no se elaboran o fabrican productos.		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 5: Descripción de procesos de las tiendas de abarrotes.

Tienda de abarrotes el deportista

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –DEPROC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Página 143 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)	RIESGOS		INDICADORES	
			Internos: No aplica	Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho	
				Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho	
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes don Fernando

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS		Versión: A
			Revisión: 0
			Código: F –DEPROC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4		Página 145 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Perdida de cliente por mala atención	Cliente satisfecho	
					Perdida de cliente por falta de productos	Cliente satisfecho	
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes la esquina

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Código: F –DEPROC

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P	Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H	El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V	El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A	El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes Vicente

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Código: F –DEPROC
		Página 149 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Perdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Perdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes doña Silvia

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –DEPROC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Página 151 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes Juárez

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –DEPROC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Página 153 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Abarrotes la esquinita

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Código: F –DEPROC

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda de abarrotes Six

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Código: F –DEPROC

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P	Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H	El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V	El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A	El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Pérdida de cliente por mala atención		Cliente satisfecho
					Pérdida de cliente por falta de productos		Cliente satisfecho
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda Plasti Tuxpan

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –DEPROC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Página 159 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P	Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H	El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V	El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A	El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Perdida de cliente por mala atención	Cliente satisfecho	
					Perdida de cliente por falta de productos	Cliente satisfecho	
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Tienda el zupercito

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 4.4	Código: F –DEPROC
		Página 161 de 435

Nombre del proceso:	Atención al cliente			Responsable:	Encargado de ventas		
Objetivo:	Conocer el proceso de atención al cliente para determinar la forma de operación de la tienda.			Alcance:	Clientes externos y proveedores		
Fuente	Entradas	Control	Actividades	Salidas	Control	Usuario	
Cliente externo	Solicitud de producto.	No aplica	P Se verifica la existencia de producto en inventario.	Lo muestra al cliente.	No aplica	Cliente	
Cliente externo	Verificación de características de producto.	No aplica	H El cliente analiza la compra del producto.	Compra.	No aplica	Encargado de ventas	
Cliente externo	Se realiza la compra	No aplica	V El encargado de ventas realiza el cobro de mercancías.	Ticket.	Registro de venta.	Cliente	
Cliente externo	Entrega de mercancías.	No aplica	A El encargado de ventas corrobora que la mercancía este correcta y la empaca para realizar la entrega.	Cliente satisfecho	No aplica	Cliente	
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica		Perdida de cliente por mala atención	Cliente satisfecho	
					Perdida de cliente por falta de productos	Cliente satisfecho	
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: Normas sanitarias				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nombre del proceso:	Compras al Proveedor				Responsable:	Encargado de ventas	
Objetivo:	Conocer el proceso de compras al proveedor para determinar la forma de operación de la tienda.				Alcance:	Encargado de ventas y proveedores	
Fuente	Entradas	Control	Actividades		Salidas	Control	Usuario
Proveedor externo.	Proveedor pregunta cantidades a suministrar.	No aplica	P	El dueño de la tienda realiza una lista de todo lo necesario.	Lo muestra al proveedor.	No aplica	Proveedor externo
Proveedor externo	Accede a la compra	No aplica	H	El proveedor reabastece la tienda	Entrega de productos	No aplica	Proveedor externo.
Proveedor externo		No aplica	V	El dueño de la tienda verifica calidad y cantidad de producto.	Cobro de productos	Registro de venta.	Proveedor externo.
Proveedor externo	El proveedor realiza el cobro	No aplica	A	El proveedor entrega el cambio y el encargado de ventas lo verifica	Entrega de ticket de compra.	No aplica	Proveedor externo.
Recursos Físicos: Libreta y computadora			Documentos (Incluye Legales y Reglamentarios)		RIESGOS		INDICADORES
			Internos: No aplica				
Recursos Humanos: 1 persona			Externos: No aplica		Perdida de cliente por falta de productos		



Anexo 6: Encuestas de satisfacción al cliente.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Encuesta de satisfacción al cliente.	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.5.1	Código: F – ENTA
		Página 163 de 435

Instrucciones: Favor de contestar la siguiente encuesta al cliente marcando con una “X” la respuesta que usted crea o que más se asemeje a sus necesidades.

1.- Selecciones su sexo:	Femenino Masculino <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
2.- ¿Cuál es su edad?	18 – 30 años 31 – 45 años 46 – 65 años <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
3.- ¿Con que regularidad compra en una tienda de abarrotes?	Diariamente Tres veces a la semana <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Una vez a la semana Quincenal o Mensual <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
4.- ¿Cuáles son los productos que más compra en una tienda de abarrotes? (Seleccione el número de acuerdo al cuadro de debajo de selección pregunta 4)	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>16</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16					
1	2	3	4	5	6	7																
8	9	10	11	12	13	14																
15	16																					
5.- ¿Está usted satisfecho/a con los productos que ofrecen en las tiendas de abarrotes cercanas a su vivienda?	Sí No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
6.- ¿Queda usted satisfecho/a con la atención que recibe al comprar en una tienda de abarrotes?	Sí No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
7.- ¿Qué aspectos valora de los productos a adquirir?	Costo Marca Calidad Presentación <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
8.- ¿Según su criterio, que considera que necesita una tienda de abarrotes para mejorar su desempeño?	Más productos Un punto de venta (software) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Más rapidez en la atención <input type="checkbox"/>																					
9.- ¿Las tiendas de abarrotes a las que acude cuentan con filtro sanitario?	Sí No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
10.- ¿Considera importante que las pequeñas empresas, como lo son las tiendas de abarrotes cuenten con filtro sanitario?	Sí No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
11.- ¿Cómo considera los costos de las tiendas de abarrotes en comparación a los supermercados, o supers de cadena?	En igualdad Más caros Más baratos <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
12.- ¿Por qué razón compra en una tienda de abarrotes?	Cercanía Lealtad <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Nota: Respuestas de la pregunta número 4 de la encuesta al cliente.

Concepto	Código
Recargas telefónicas	1
Bebidas alcohólicas	2
Carnes/Embutidos	3
Automedicación	4
Higiene personal	5
Uso doméstico	6
Helados	7
Productos de limpieza	8
Abarrotes	9
Enlatados	10
Lácteos	11
Botanas	12
Confitería (Variedad de dulces)	13
Harinas	14
Frutas y verduras	15
Bebidas	16



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 7: Política de calidad.

Política de calidad abarrotes el deportista

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –POCAL
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Página 165 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “El deportista” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, botanas, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos, y bebidas no alcohólicas. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad abarrotes don Fernando

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –POCAL
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Página 166 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “Don Fernando” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad la esquina

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 167 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “La Esquina” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, botanas, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos, y bebidas no alcohólicas. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad abarrotes Vicente

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 168 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “Vicente” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza y productos de uso domésticos. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad Miscelánea Doña Silvia

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F –POCAL
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Página 169 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “Doña Silvia” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos y bebidas no alcohólicas. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad abarrotes Juárez

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 170 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “Juárez” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, botanas, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos, helados, bebidas, automedicación. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad abarrotes la esquinita

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 171 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “La Esquinita” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, botanas, harinas, confitería, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad tienda Six

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 172 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “Six” se dedica a la venta de productos como enlatados, lácteos, botanas, harinas, confitería, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad tienda Plasti Tuxpan

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 173 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “PLASTI TUXPAN” se dedica a la venta de productos como enlatados, confitería, lácteos, botanas, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos, helados, bebidas, automedicación, y bebidas alcohólicas. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Política de calidad abarrotes el Zupercito

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: POLITICA DE CALIDAD	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 5.2	Código: F –POCAL
		Página 174 de 435

Política de la calidad

La tienda de abarrotes “PLASTI TUXPAN” se dedica a la venta de productos como enlatados, confitería, lácteos, botanas, harinas, frutas y verduras, productos de higiene personal, productos de limpieza, productos de uso domésticos, helados, bebidas, automedicación, y recargas telefónicas. Comprometidos con la mejora de la calidad y el servicio, basados en la norma internacional ISO 9001:2015 sistemas de gestión de la calidad y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables para la satisfacción del cliente y siempre preocupados con la mejora continua de los procesos.



Anexo 8: Responsabilidades del personal.

En el presente anexo se designan los roles y responsabilidades de cada uno de los trabajadores que integran el SGC.

Rol	Responsabilidad
Gerente o dueño de la tienda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer cumplir la política de calidad y los objetivos de calidad. ▪ Hacer cumplir los requisitos del SGC. ▪ Proporcionar los recursos necesarios para el buen funcionamiento del SGC. ▪ Encargado de definir los roles y actividades a realizar. ▪ Encargado de toma de decisiones para beneficio del SGC.
Líder del SGC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsable de la planificación de los parámetros de SGC. ▪ Verificar la información documentada y los procedimientos. ▪ Planificar y llevar a cabo las capacitaciones a los colaboradores implicados en el SGC. ▪ Difundir la política de calidad en la empresa. ▪ Planificar y verificar las auditorias de calidad. ▪ Mantener informado a la alta dirección del funcionamiento del sistema de calidad.
Encargado de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ofrecer la variedad de productos que se venden en el establecimiento. ▪ Brindar un trato amable al cliente. ▪ Realizar el cobro de mercancía. ▪ Realizar limpieza de productos en tienda. ▪ Encargado de llevar un control de inventarios. ▪



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 9: Formatos para abordar riesgos y oportunidades.

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes el deportista

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

IV. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

V. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ningun o	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha no será implementado en este momento.</p>	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad digital



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.
----	--	---	-------	---	------	--------------------	---	--



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

VI. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes don Fernando

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorio de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<p>Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio.</p> <p>Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente.</p> <p>Darle solución a las quejas que presentan los clientes.</p>	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p> <p>La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta.	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Fotos.
3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será</p>	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

							implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer carteles con los productos que se ofrecen. ▪ Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. ▪ Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. ▪ Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad digital
6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus	Alto	Dueño de la tienda	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 		<p>actividades y brinde una atención de calidad.</p>			<p>implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	
--	--	---	--	--	--	--	--	--



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ Fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes la esquina

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad digital



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.
----	--	---	-------	---	------	--------------------	---	--



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes Vicente

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de Covid-19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. Darle solución a las quejas que presentan los clientes.	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta.	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	Ventas de carnes y embutidos.	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing.	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores.	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad digital
6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. Realizar evaluaciones paulatinas al personal. Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite.	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Miscelánea Doña Silvia

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. Darle solución a las quejas que presentan los clientes.	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta.	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	Ventas de carnes y embutidos.	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing.	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores.	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad digital
6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. Realizar evaluaciones paulatinas al personal. Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite.	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. L	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ Fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes Juárez

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad digital



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.
----	--	---	-------	---	------	--------------------	---	--



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes la Esquinita

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p> <p>La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p> <p>La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad digital



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.
----	--	---	-------	---	------	--------------------	---	--



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Tienda Six

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. Darle solución a las quejas que presentan los clientes.	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta.	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	Ventas de carnes y embutidos.	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing.	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores.	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad digital
6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. Realizar evaluaciones paulatinas al personal. Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite.	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Tienda Plasti Tuxpan

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid 19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorio de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.
3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer carteles con los productos que se ofrecen. ▪ Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. ▪ Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. ▪ Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Publicidad digital
6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Objetivo. - Identificar y analizar los riesgos de la planeación y gestión de los planes de estudio, monitorear el seguimiento de los planes de acción definidos para el cumplimiento legal, reglamentario y de normas aplicables

Empresa: Abarrotes el Zupercito

Fecha:

Responsable:

Periodo: Enero – febrero 2019

I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Efecto	Causas Potenciales	Sev.	Prob. De Oc.	Índice de riesgo	Control actual	Acciones de mejora (controles)	Evidencias	Responsabilidad/Departamento/Fecha inicio - fin
Riesgo de contagio de covid-19	Cierre de la tienda por falta de medidas de salud.	La empresa no cuenta con un módulo de sanitización eficiente y efectivo.	4	5	20	Ninguno	Establecer un módulo de sanitización con los requerimientos mínimos (Tapete desinfectante, gel antibacterial y el uso obligatorios de cubre bocas en el área)	Fotos, videos	Dueño y trabajadores.
Mal manejo de inventarios.	No saber la existencia de insumos que cuenta la tienda	Perdidas de clientes por la falta de productos.	2	1	2	Ninguno	Implementar el uso de check List para un mejor manejo de las existencias con las que se cuentan.	Llenado de formatos.	Dueño y trabajadores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Bajos niveles de ventas	Disminución de ingresos y beneficios.	Productos defectuosos o mala calidad.	3	3	9	Ninguno	Inspeccionar los productos para determinar que sean de calidad y estén en buenas condiciones. Inspeccionar la fecha de caducidad y que el empaque se encuentre en perfecto estado.	Llenado de formatos y fotos	Dueño y proveedores.
Pérdida de clientes	Atención al cliente lenta	Falta de capacitación constante	5	5	25	Ninguno	Incluir capacitación a los empleados mínimo una vez cada 3 meses.	Fotos, videos.	Dueño de la tienda, empleados.
El cliente compre con la competencia	Pérdida de clientes	Uso de las nuevas tecnologías.	5	5	25	Ninguno	Hacer uso de las nuevas tecnologías, para tener un mejor control en los inventarios y dar a conocer públicamente a la tienda en las diferentes plataformas digitales.	Correo electrónico, entre otros medios que distingan y caractericen a la tienda.	Dueño de la tienda



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Costo	Beneficio	Grado de oportunidad	Responsable	Fecha de inicio / Fecha de Conclusión	Evidencias
1.	Generar clientes fieles a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escuchar las peticiones de los clientes, incluyendo quejas para la mejora del servicio. ▪ Proveer los mejores productos de calidad para garantizar la satisfacción al cliente. ▪ Darle solución a las quejas que presentan los clientes. 	Ninguno	Lealtad de clientes y aumento de ventas.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Encuestas de satisfacción al cliente, análisis y resultados.
2.	Implementar facturación electrónica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar el servicio de facturación electrónica y diversos pagos, además de pagos con tarjeta. 	Alto	Mayor captación de clientes.	Alto	Dueño de la tienda.	Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.	Fotos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3.	Mayor variedad de productos de cadena fría.	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de carnes y embutidos. 	Medio	Mayores ventas	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Fotos.
4	Realizar publicidad para dar a conocer la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer carteles con los productos que se ofrecen. Elaboración de folletos y volantes con los productos que se tienen en venta. Elaboración de cupones como estrategia de marketing. 	Alto	Mayor captación de clientes y mayor reconocimiento de la tienda.	Alto	Dueño de la tienda y empleados.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad física.
5.	Implementar una estrategia de publicidad a través de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Hacer anuncios publicitarios y compartirlos en las diversas plataformas digitales. Documentar la variedad de productos que se ofertan para expandir el mercado de consumidores. 	Bajo	Dar a conocer a la tienda y sus productos que ofrece al público.	Alto	Dueño de la tienda.	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento.</p>	Publicidad digital



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

6.	Brindar capacitación a los empleados de forma constante.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agendar un calendario de capacitación al personal en lapsos de tiempo corto. ▪ Realizar evaluaciones paulatinas al personal. ▪ Hacer uso de incentivos al personal cuando se amerite. 	Medio	Lograr que el trabajador sea eficiente en sus actividades y brinde una atención de calidad.	Alto	Dueño de la tienda	<p>Nota: Se hace omisión de fecha porque no será implementado en este momento. La fecha de inicio y conclusión va a establecer el dueño de la empresa.</p>	Evaluación y grado de desempeño al trabajador.
----	--	---	-------	---	------	--------------------	---	--



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

III. PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS DE LAS ACTIVIDADES

Seguimiento de Acciones para riesgos

Periodo de aplicación:

Riesgos	Acciones de mejora	Evidencias	Sep	Oct	No v	Dic	Ene	Responsabilidad/Departamento/ Fecha de inicio - fin

Nota: Se hace omisión de llenado porque no se llevaran a cabo acciones para evitar o reducir los riesgos. El dueño de la empresa designara en su momento a una persona encargada para dar seguimiento al programa.

Seguimiento de Acciones para oportunidades

Periodo de aplicación:

No.	Oportunidad	Líneas de acción	Evidencias	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Responsable

Nota: Se hace omisión de llenado de formato en este momento debido a que las oportunidades no se ejecutaran en este momento. En caso de que la empresa lo quiera llevar a cabo, designara a una o varias personas las cuales colocaran cada una de las oportunidades identificadas y se llevaran a cabo las actividades. Se colocaran las líneas de acción y las evidencias que son garantía que la actividad fue realizada, también se plasmaran las fechas en que fueron ejecutadas las actividades. Al final firma la persona encargada de llevar a cabo la gestión



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 10: Objetivos de calidad.

LOGO DE LA EMPRESA A	Nombre del documento: Objetivos de calidad del SGC.	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 6.2	Código: F – OBJCAL
		Página 232 de 1

Objetivo de calidad	Procesos que abarca	Indicador (como lo mido)	Meta (Resultados a obtener)	Frecuencia de aplicación	Responsable	Registro
Incrementar la satisfacción de los clientes	Atención al cliente	Índice de satisfacción	80%	Semestral	Todos los miembros de la empresa.	Información documentada.
Reducir mermas y productos defectuosos.	Atención al cliente, compras.	Producto no conforme.	5%	Semestral	Todos los miembros de la empresa.	Información documentada
Reducción de quejas por mala atención	Todos los procesos	Índice de quejas	20%	Semestral	Todos los miembros de la empresa.	Encuestas elaboradas



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 11: Planificación de los cambios.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Planificación de cambios en el SGC.	Versión: A
		Revisión: 0
	A	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 6.3
		Página 233 de 435

Cambios a efectuar	Objetivo principal del cambio.	Asignación o reasignación de responsabilidades.	Causas del cambio	Consecuencias del cambio efectuado	Recursos necesarios para solventar cambio.	Encargado de aprobar la decisión.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 12: Formato de mantenimiento.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: FORMATO DE MANTENIMIENTO	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 7.1.5	Código: F-PEDS
		Página 1 de

Equipo o instrumento a dar mantenimiento	Fecha ultimo mantenimiento	Fecha actual de mantenimiento	Observaciones



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 13: Toma de conciencia.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Registro de capacitación al trabajador.	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 7.3	Código: F – CAPPER
		Página 235 de 435

Registro de capacitación para el trabajador.			
Lugar:		Fecha:	
Material Entregado:		Total horas de capacitación:	
Información relativa a la capacitación			
Tema de capacitación:		Encargado de impartir capacitación:	
N°	Nombre del trabajador	Puesto	Firma del trabajador
1.			
2.			
3.			
4.			
Elaborado por:		Revisado por:	
Aprobado por:			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 14: Comunicación.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Comunicación del SGC.	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – COSGC
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 7.4	Página 236 de 435

Qué comunicar	Cuándo comunicar	A quién comunicar	Cómo comunicar	Quién comunica	Qué comunicar
Política de calidad	Cada vez que se considere necesario.	Clientes, proveedores, Trabajadores, líder del SGC.	Realizando reuniones con todos los trabajadores e impartiendo la política de forma verbal y escrita.	El dueño de la tienda, líder de SGC.	Política de calidad
Objetivos de calidad	Cada vez que se considere necesario.	A todo el personal que trabaja en la tienda.	Por medio de reuniones con todos los trabajadores dando a conocer los objetivos de calidad de forma verbal. También se puede impartir de forma escrita por medio de folletos.	El dueño de la tienda, líder de SGC.	Objetivos de calidad
Programa de auditoría	Una vez programadas las fechas de auditoría.	A todo el personal que trabaja en la tienda.	En reuniones grupales de forma verbal o por medio de anuncios en paredes.	Líder del SGC.	Programa de auditoría
Informe de auditoría.	Una vez culminada las auditorías.	A todo el personal que trabaja en la tienda.	En reuniones grupales de forma verbal y escrita.	Líder del SGC, dueño de la tienda.	Informe de auditoría.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 15: Orden de pedidos.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: FORMATO DE PEDIDOS	Versión: A
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.1	Revisión: 0
		Código: F-PEDS
		Página 1 de

REQUISICIÓN DE PEDIDOS				
Responsable:				
Fecha:				
Productos:	Cantidades:	Tiempo estimado para la próxima compra a surtir.	Proveedores:	Costo aproximado:
Bebidas				
Confitería				
Frutas y verduras				
Abarrotes				
Enlatados				
Lácteos				
Botanas				
Harinas				
Bebidas alcohólicas				
Automedicación				
Higiene personal				
Uso domestico				
Recargas telefónicas				
Helados				
Productos de limpieza				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 16: Formato evaluación proveedores externos.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Evaluación a proveedores externos	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F-EVPEX
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.4.3	Página 238 de 435

Instrucciones: Indique con una "X" según corresponda a cada una de las preguntas formuladas.				
Pregunta	Desempeño			Observaciones
1.-El proveedor suministra productos en las cantidades correctas.	Bueno (5) <input type="checkbox"/>	Regular (3) <input type="checkbox"/>	Malo (1) <input type="checkbox"/>	
2.-La calidad del producto es conforme a la requerida.	Bueno (5) <input type="checkbox"/>	Regular (3) <input type="checkbox"/>	Malo (1) <input type="checkbox"/>	
3.-El proveedor suministra el producto en la fecha establecida,	Bueno (5) <input type="checkbox"/>	Regular (3) <input type="checkbox"/>	Malo (1) <input type="checkbox"/>	
4.-El proveedor ofrece resultados de forma constante.	Bueno (5) <input type="checkbox"/>	Regular (3) <input type="checkbox"/>	Malo (1) <input type="checkbox"/>	
5.-El proveedor es flexible y tiene control de sus procesos.	Bueno (5) <input type="checkbox"/>	Regular (3) <input type="checkbox"/>	Malo (1) <input type="checkbox"/>	
6.-El proveedor tiene buena reputación en el mercado.	Bueno (5) <input type="checkbox"/>	Regular (3) <input type="checkbox"/>	Malo (1) <input type="checkbox"/>	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 17: Formato control de inventarios.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Comunicación del SGC.	Versión: A
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.5.1	Revisión: 0 Código: F – COINV
		Página 239 de 435

<u>Control de inventarios.</u>				
Elaborado por:			Fecha:	
Periodo:				
Producto	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total

Autorización:



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 18: Formato Liberación de productos y servicios.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Liberación de productos y servicios	Versión: A
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.6	Revisión: 0 Código: F- LIPYS Página 240 de 435

<p>Instrucciones: Favor de contestar la siguiente hoja de verificación marcando con una “X” si el producto analizado cumple con los requisitos que se mencionan a continuación. En caso de encontrar algún tipo de anomalías favor de realizar anotaciones en la parte inferior.</p>		
Requisito:	¿Cumple con el requisito?	
	Si	No
1.- El producto tiene el etiquetado en buenas condiciones.		
2.-La fecha de caducidad del producto es conforme para su consumo.		
3.- La envoltura del producto se encuentra perfectamente sellada.		
4.- El producto cumple con todos los requisitos mencionados anteriormente.		
Anomalías encontradas		
<p>Nota: En caso de no cumplir con todos los requisitos favor de retener los productos para su venta al público.</p>		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 19: Control de las salidas no conformes.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Control de las salidas no conformes.	Versión: A
		Revisión: 0
		Código: F – NCONF
Referencia a la Norma ISO 9001:2015 8.7		Página 241 de 435

N°	Hallazgo	Descripción del hallazgo	Medida correctiva	Responsable	Fecha de reporte



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 20: Diagnósticos de tiendas de abarrotes.

Diagnostico Abarrotes el deportista

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.			3	
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.			3	
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					
Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			3	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			3	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			3	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			3	
SUBTOTAL		0	0	27	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)			25%		
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	10			
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				0
5.2 POLITICA					
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA					
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.		5		
5.2.2 Comunicación de la política de calidad					
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			3	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		5		
SUBTOTAL		10	15	3	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		47%			
6. PLANIFICACION					
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.				0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.				0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS					
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			3	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos				0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS					
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?				0
SUBTOTAL		0	0	3	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		6%			
7. APOYO					
7.1 RECURSOS					
7.1.1 Generalidades					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)			3	
2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos			3	
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.		5		
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria			3	
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0
7.5 INFORMACION DOCUMENTADA					
7.5.1 Generalidades					
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.				0
7.5.2 Creación y actualización					
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.				0
7.5.3 Control de la información documentada					
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.				0
SUBTOTAL		10	5	9	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		24%			
8. OPERACIÓN					
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL					
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		5		
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3	
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.	10			
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.				0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.2.1 Comunicación con el cliente					
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10			
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10			
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.		5		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios					
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.	10			
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios					
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.		5		
11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.			3	
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.				0
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	10			
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.			3	
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.		5		
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.		5		
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.				0
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.		5		
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.		5		
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				0
52	Se controla la designación de personas competentes.		5		
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.			3	
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.			3	
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	10			
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	10			
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	10			
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.		5		
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.		5		
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		5		
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10			
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.				0
SUBTOTAL		180	90	21	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		37%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.	10			
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.	10			
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.			3	
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.			3	
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.			3	
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.			3	
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.				0
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.			3	
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		20	0	30	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		17%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	10			
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				0
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				0
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				0
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.		5		
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.			3	
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			
SUBTOTAL		20	5	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		28%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	25%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	47%	IMPLEMENTAR		
6. PLANIFICACION	6%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	24%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	37%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	17%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	28%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		26%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Abarrotes Don Fernando

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015

CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).

No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.			3	
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.			3	
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			3	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			3	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			3	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			3	
SUBTOTAL		0	0	27	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		25%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	10			
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		5		
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.	5		
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.		3	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		5	
SUBTOTAL		10	15	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		47%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?		3	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		6%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)		3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos			3	
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.		5		
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria			3	
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		10	5	9
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		24%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		5	
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.	10		
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.		5	
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.	10		
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.		5	
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.		5	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.			3	
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.				0
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	10			
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.			3	
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.		5		
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.		5		
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.				0
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.		5		
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.		5		
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				0
52	Se controla la designación de personas competentes.		5		
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.			3	
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.			3	
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	10			
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	10			
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	10			
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.		5		
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.		5		
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		5		
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10			
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.				0
SUBTOTAL		180	90	21	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		37%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.	10			
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.	10			
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.			3	
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.			3	
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.			3	
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.			3	
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.				0
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.			3	
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		20	0	30	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		17%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	10			
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				0
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				0
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				0
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.		5		
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.			3	
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			
SUBTOTAL		20	5	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		28%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	25%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	47%	IMPLEMENTAR		
6. PLANIFICACION	6%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	24%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	37%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	17%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	28%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		26%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Abarrotes la esquina

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.				0
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				0
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			3	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			3	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			3	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			3	
SUBTOTAL		0	0	21	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		19%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.			3	
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		5		
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA					
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA					
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			3	
5.2.2 Comunicación de la política de calidad					
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			3	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.			3	
SUBTOTAL		0	5	12	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		28%			
6. PLANIFICACION					
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0	
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0	
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS					
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			0	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0	
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS					
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0	
SUBTOTAL		0	0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%			
7. APOYO					
7.1 RECURSOS					
7.1.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos			3	
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.			5	
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.			5	
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria				0
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		0	10	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		16%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.			3
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.		5	
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.		5	
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.			3
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.		5	
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.			3
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.			3



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.			3	
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.				0
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	10			
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.			3	
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.			3	
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.			3	
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.			3	
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.			3	
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.		5		
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.				0
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.			3	
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.		5		
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				0
52	Se controla la designación de personas competentes.			3	
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.			3	
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	10			
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	10			
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	10			
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.		5		
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.		5		
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		5		
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.		5		
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.				0
SUBTOTAL		140	60	48	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		31%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.				0
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.			3	
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.				0
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.			3	
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.			3	
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.			3	
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.				0
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.			3	
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	0	24	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		8%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.		5		
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				0
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				0
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				0
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.			3	
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			
SUBTOTAL		10	5	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		19%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	19%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	28%	IMPLEMENTAR		
6. PLANIFICACION	0%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	16%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	31%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	8%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	19%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		17%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Abarrotes Vicente

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015

CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).

No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.			3	
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.			3	
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					
Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			3	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			3	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			3	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.				0
SUBTOTAL		0	0	24	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		22%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.			5	
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.			0	
5.2 POLITICA					
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA					
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			3	
5.2.2 Comunicación de la política de calidad					
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			3	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.			3	
SUBTOTAL		10	5	9	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		40%			
6. PLANIFICACION					
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0	
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0	
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS					
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			3	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			3	
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS					
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0	
SUBTOTAL		0	0	6	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		12%			
7. APOYO					
7.1 RECURSOS					
7.1.1 Generalidades					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)	10			
2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos	10			
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.		5		
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.			3	
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.			3	
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria				0
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.			0	
7.5 INFORMACION DOCUMENTADA					
7.5.1 Generalidades					
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0	
7.5.2 Creación y actualización					
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0	
7.5.3 Control de la información documentada					
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0	
SUBTOTAL		20	5	6	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		31%			
8. OPERACIÓN					
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL					
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.			3	
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3	
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.		5		
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			3	
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.2.1 Comunicación con el cliente					
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.		5		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10			
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.			3	
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios					
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.		5	
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.		5	
11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.			0
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10		
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.			3
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios				
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.			0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.3.1 Generalidades				
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.			0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo				
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.			0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo				
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.			0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.			0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.			0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo				
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.			0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.			0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0
23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	10			
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.	10			
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.		5		
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

8.4.2 Tipo y alcance del control				
36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.	5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		3	
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.		3	
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		3	
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.	5		
8.4.3 Información para los proveedores externos				
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10		
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.	5		
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.			0
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.	5		
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.	5		
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO				
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio				
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.		3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.			0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.			0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados		5		
50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				0
52	Se controla la designación de personas competentes.			3	
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.			3	
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.		5		
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.		5		
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

8.5.5 Actividades posteriores a la entrega				
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.		5	
64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.			3
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			0
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10		
67	Considera los requisitos del cliente.	10		
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10		
8.5.6 Control de cambios				
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5	
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.			0
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.			3
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.			0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.			0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.			0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES				
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10		
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10		
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		
79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.				0
SUBTOTAL		120	80	45	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		31%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.	10			
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.			3	
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0
12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.			3	
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.			3	
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.				0
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0
26	Se considera las oportunidades de mejora.	10			
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.			3	
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.			3	
SUBTOTAL		20	0	27	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		16%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	10			
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.			3	
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				0
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				0
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0
10.3 MEJORA CONTINUA					
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			3	
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.				0
SUBTOTAL		20	0	12	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		29%			
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD					
NUMERAL DE LA NORMA		% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION		ACCIONES POR REALIZAR	
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN		22%		IMPLEMENTAR	
5. LIDERAZGO		40%		IMPLEMENTAR	
6. PLANIFICACION		12%		IMPLEMENTAR	
7. APOYO		31%		IMPLEMENTAR	
8. OPERACIÓN		31%		IMPLEMENTAR	
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO		16%		IMPLEMENTAR	
10. MEJORA		29%		IMPLEMENTAR	
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		26%			
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Miscelánea Doña Silvia

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.			3	
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.			3	
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			3	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			3	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			3	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			3	
SUBTOTAL		0	0	27	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)			25%		
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.			5	
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.			5	
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.		5	
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.		3	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		5	
SUBTOTAL		0	20	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		38%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?		3	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		6%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)			3



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos			3	
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.		5		
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria				0
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		10	5	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		21%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.			3
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.	10		
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.		5	
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.	10		
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10		
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.			3	
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.				0
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	10			
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.			3	
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.				0
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.			3	
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.		5		
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.				0
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.			3	
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.		5		
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				0
52	Se controla la designación de personas competentes.		5		
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.			3	
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				0
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	10			
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	10			
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	10			
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.		5		
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.		5		
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		5		
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.		5		
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.				0
SUBTOTAL		190	65	27	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		36%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.			3	
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.				0
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.				0
24	Considera la adecuación de los recursos.				0
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.				0
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.				0
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	0	6	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		2%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.			3	
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.			3	
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				0
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				0
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				0
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.			3	
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.			3	
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			
SUBTOTAL		0	0	15
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		14%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	25%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	38%	IMPLEMENTAR		
6. PLANIFICACION	6%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	21%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	36%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	2%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	14%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		20%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Tienda de abarrotes Six

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.				0
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				0
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.		5		
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.		5		
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo				
Se tiene determinado el alcance según:				
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.				
Debe estar documentado y disponible.				
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			0
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			0
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.			0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?			0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS				
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			0
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			0
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			0
SUBTOTAL		0	10	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		9%		
5. LIDERAZGO				
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL				
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	10		
5.1.2 Enfoque al cliente				
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.	10		
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.		3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			0
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			0
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.	10		
SUBTOTAL		30	0	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		55%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			0
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos		5		
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.	10			
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria		5		
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA					
7.5.1 Generalidades					
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.				0
7.5.2 Creación y actualización					
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.				0
7.5.3 Control de la información documentada					
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.				0
SUBTOTAL		30	10	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)					40%
8. OPERACIÓN					
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL					
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.			3	
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3	
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			3	
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.				0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.2.1 Comunicación con el cliente					
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10			
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10			
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.	10			
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios					
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.			3	
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios					
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10			
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.		5		
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.		5		
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				0
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				0
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.		10		
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				0
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.			3	
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				0
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				0
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.			3	
52	Se controla la designación de personas competentes.			3	
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				0
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.			3	
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.				0
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	10			
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.				0
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.				0
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10			
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			3	
SUBTOTAL		180	35	36	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		32%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.				0
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.		5		
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.			3	
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.			3	
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	5	18	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		8%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	10			
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.			3	
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.			3	
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.			3	
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				0
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			0
SUBTOTAL		20	0	12
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		29%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	9%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	55%	MEJORAR		
6. PLANIFICACION	0%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	40%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	32%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	8%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	29%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		25%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Tienda de abarrotes Juárez

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.				0
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				0
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo				
Se tiene determinado el alcance según:				
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.				
Debe estar documentado y disponible.				
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			0
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			0
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.			0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?			0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS				
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			0
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			0
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			0
SUBTOTAL		0	0	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		5%		
5. LIDERAZGO				
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL				
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.		5	
5.1.2 Enfoque al cliente				
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		5	
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.			0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			0
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			0
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		5	
SUBTOTAL		0	15	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		25%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			0
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos			3	
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.	10			
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria			3	
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		30	0	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		36%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.			3
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			3
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.	10		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.			3
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10		
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.		5		
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.			3	
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.			3	
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				0
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				0
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.		5		
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				0
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.			3	
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				0
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				0
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				0
52	Se controla la designación de personas competentes.				0
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				0
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.			3	
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.			3	
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.				0
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	10			
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.			3	
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.				0
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.				0
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.		5		
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.		5		
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.		5		
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			3	
SUBTOTAL		110	50	42	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		26%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.				0
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.			3	
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.			3	
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.			3	
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	0	21	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		7%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.			3	
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.				
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.			3	
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.			3	
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.			3	
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				0
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			0
SUBTOTAL		0	0	15
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		14%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	5%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	25%	IMPLEMENTAR		
6. PLANIFICACION	0%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	36%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	26%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	7%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	14%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		16%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Tienda de abarrotes la esquinita

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.				0
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				0
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.		5		
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			3	
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			0	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			0	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.			0	
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?			0	
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			0	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			0	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			0	
SUBTOTAL		0	5	3	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		7%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	10			
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.	10			
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.			0	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			0
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			0
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.	10		
SUBTOTAL		30	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		50%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			0
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos			3	
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.	10			
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria		5		
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		30	5	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		38%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		5	
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			3
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.	10		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.			3
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10		
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.		5		
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.			3	
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.			3	
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				0
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				0
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.		10		
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				0
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.			3	
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				0
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				0
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.			3	
52	Se controla la designación de personas competentes.			3	
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				0
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.		5		
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.			3	
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.				0
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	10			
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.			3	
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.				0
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.				0
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.		5		
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.		5		
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.		5		
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		5		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			3	
SUBTOTAL		120	55	42	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		27%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados validos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.				0
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.		5		
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.			3	
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.			3	
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	5	18	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		8%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.		5		
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.		5		
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.			3	
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.			3	
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.			3	
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				0
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			0
SUBTOTAL		0	10	12
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		20%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	7%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	50%	MEJORAR		
6. PLANIFICACION	0%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	38%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	27%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	8%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	20%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		21%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TUXPACHE

Diagnostico Plasti Tuxpan

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<p>CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</p>					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.				0
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				0
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.		5		
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.		5		
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo				
Se tiene determinado el alcance según:				
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.				
Debe estar documentado y disponible.				
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			0
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			0
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.			0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?			0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS				
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			0
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			0
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			0
SUBTOTAL		0	10	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		9%		
5. LIDERAZGO				
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL				
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	10		
5.1.2 Enfoque al cliente				
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.	10		
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.		3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			0
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			0
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.	10		
SUBTOTAL		30	0	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		55%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			0
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos		5		
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.	10			
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria		5		
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		30	10	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		40%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		5	
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			3
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.	10		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.			3
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10		
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.		5		
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				0
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				0
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				0
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				0
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				0
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				0
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				0
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				0
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.		5		
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				0
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				0
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.		10		
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				0
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.		5		
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				0
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				0
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.			3	
52	Se controla la designación de personas competentes.		5		
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				0
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.		5		
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.				0
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	10			
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.				0
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.				0
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10			
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			3	
SUBTOTAL		180	55	24	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		33%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.				0
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.		5		
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.	10			
24	Considera la adecuación de los recursos.		5		
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.			3	
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.		5		
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.			3	
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		10	15	9	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		11%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	10			
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.		5		
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.		5		
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.		5		
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.			3	
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				0
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			0
SUBTOTAL		20	15	3
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		35%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	9%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	55%	MEJORAR		
6. PLANIFICACION	0%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	40%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	33%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	11%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	35%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		26%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Diagnostico Abarrotes el supercito

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.		5		
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.			3	
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.		5		
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.		5		
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			0	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			0	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.			0	
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?			0	
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			0	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			0	
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			0	
SUBTOTAL		0	15	3	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		16%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	10			
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.	10			
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

5.2 POLITICA				
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.			3
5.2.2 Comunicación de la política de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.			3
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.	10		
SUBTOTAL		30	0	9
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		65%		
6. PLANIFICACION				
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.			0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.			0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS				
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SGC o programas de gestión?			0
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			0
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS				
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?			0
SUBTOTAL		0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%		
7. APOYO				
7.1 RECURSOS				
7.1.1 Generalidades				
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)		5	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

2	La organización determina y proporciona a las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y operación y control de los procesos		5		
3	La organización determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos.	10			
4	La organización determina, proporciona y mantiene el ambiente necesario para la operación de sus procesos.	10			
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				0
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				0
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria		5		
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.			3	
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.			3	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

7.5 INFORMACION DOCUMENTADA				
7.5.1 Generalidades				
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.			0
7.5.2 Creación y actualización				
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.			0
7.5.3 Control de la información documentada				
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			0
SUBTOTAL		20	15	6
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		41%		
8. OPERACIÓN				
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL				
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.	10		
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.		5	
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			3
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.			3
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente				
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	10		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.	10		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.	10		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios				
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.			3
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios				
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10		
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	10		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	10			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.		5		
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.			3	
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.			3	
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.			3	
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.			3	
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				0
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				0
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				0
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				0
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				0
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.			3	
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas			3	
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios			3	
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				0
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.			3	
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				0
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				0
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				0
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.		5		
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				0
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				0
35	Se conserva información documentada de estas actividades				0
8.4.2 Tipo y alcance del control					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				0
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				0
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.			3	
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				0
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				0
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				0
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				0
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				0
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.			3	
52	Se controla la designación de personas competentes.			3	
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				0
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				0
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				0
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				0
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				0
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				0
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.			3	
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.				0
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	10			
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	10			
67	Considera los requisitos del cliente.	10			
68	Considera la retroalimentación del cliente.	10			
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.				0
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.				0
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				0
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				0
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				0
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10			
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras	10			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			3	
SUBTOTAL		190	40	57	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		36%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			3	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.				0
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.				0
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				0
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				0
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.		5		
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.			3	
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.		5		
9.3 REVISION POR LA DIRECCION					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.				0
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				0
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				0
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				0
22	Considera los resultados de las auditorías.				0
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.	10			
24	Considera la adecuación de los recursos.		5		
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

26	Se considera las oportunidades de mejora.			3	
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			3	
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.			3	
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		10	15	15	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		13%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	10			
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.			3	
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.			3	
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.			3	
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.			3	
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				0
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

10.3 MEJORA CONTINUA				
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.			0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.			0
SUBTOTAL		20	0	12
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		29%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD				
NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION	ACCIONES POR REALIZAR		
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	16%	IMPLEMENTAR		
5. LIDERAZGO	65%	MEJORAR		
6. PLANIFICACION	0%	IMPLEMENTAR		
7. APOYO	41%	IMPLEMENTAR		
8. OPERACIÓN	36%	IMPLEMENTAR		
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO	13%	IMPLEMENTAR		
10. MEJORA	29%	IMPLEMENTAR		
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		29%		
Calificación global en la Gestión de Calidad		BAJO		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Anexo 21: Encuesta a tiendas de abarrotes

DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: Abarrotes el deportista

Dirección: Calle Heroico Colegio Militar, Rosa María, 92860 Tuxpan de Rodríguez Cano, Ver.

Número de trabajadores: 1

Tiempo desde su apertura:

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno.

Correo electrónico o red social: Ninguno.

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: No.

Cuenta con señalamientos dentro del local: No.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes: 1 vez a la semana.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local: 1 vez a la semana.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? Más o menos.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? No

¿Cuenta con bodega? Si



DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: Abarrotes don Fernando

Dirección: Interior del mercado municipal Enrique Rodríguez Cano.

Número de trabajadores: 1

Tiempo desde su apertura:

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno.

Correo electrónico o red social: Ninguno.

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: No.

Cuenta con señalamientos dentro del local: No.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes: 2 vez a la semana.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local: 1 vez a la semana.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? Si.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? No

¿Cuenta con bodega? No

DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: Abarrotes Vicente

Dirección: Interior del mercado Municipal Enrique Rodríguez Cano, Tuxpan Veracruz.

Número de trabajadores: 1

Tiempo desde su apertura:

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno.

Correo electrónico o red social: Ninguno.

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza	Alimentos para animales		

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: No.

Cuenta con señalamientos dentro del local: No.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes: 1 vez a la semana.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local: 1 vez a la semana.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? Si.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? Si

¿Cuenta con bodega? No



DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: Miscelánea Doña Silvia

Dirección: Calle Nogal, 92850 Tuxpan de Rodríguez Cano, Ver.

Número de trabajadores: 1

Tiempo desde su apertura:

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno.

Correo electrónico o red social: Ninguno.

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: No.

Cuenta con señalamientos dentro del local: No.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes: 1 vez a la semana.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local: 1 vez a la semana.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? Si.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? No

¿Cuenta con bodega? No



DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: Abarrotes la Esquina

Dirección: Calle Nogal 4, Las Lomas, 92850 Tuxpan de Rodríguez Cano, Ver.

Número de trabajadores: 1

Tiempo desde su apertura:

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno.

Correo electrónico o red social: Ninguno.

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: No.

Cuenta con señalamientos dentro del local: No.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes: 1 vez a la semana.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local: 1 vez a la semana.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? Más o menos.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Más o menos.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? No

¿Cuenta con bodega? No



DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: PLASTI TUXPAN

Dirección: Calle Héroes del 47 18-B Col. La Rivera

Número de trabajadores: 4 empleadas

Tiempo desde su apertura: 1 año con 8 meses

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno

Correo electrónico o red social: Ninguno

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: Si_____.

Cuenta con señalamientos dentro del local: Si_____.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes:
Diariamente_____.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local:
Semanalmente_____.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? En general ofrecen un servicio rápido en ocasiones que suele llegar demasiados clientes y el tiempo para ser atendidos puede variar_____.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si ya que al atender de buena manera a los clientes regresan_____.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? Si, reciben una pequeña capacitación en su primera semana de ser contratados_____.

¿Cuenta con bodega? Si, cuentan con una bodega dentro del local_____.



DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: LA ESQUINITA

Dirección: Calle Héroes del 47 S/N Col. La Rivera

Número de trabajadores: 3 empleadas

Tiempo desde su apertura: 5 años y 6 meses

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno

Correo electrónico o red social: Ninguno

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: Si_____.

Cuenta con señalamientos dentro del local: Si_____.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes:

Semanalmente_____.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local:

Semanalmente_____.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? La mayoría de veces es rápida la manera en la que atienden pero como no existe una coordinación entre atender la gente y acomodar mercancía en ocasiones suelen demorar en dar atención al cliente_____

_____.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si ya que al atender de buena manera a los clientes regresan_____.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación?

No_____.

¿Cuenta con bodega? No, solo tienen asignado un lugar dentro de la tienda para poner los productos que no pueden estar en los estantes_____.



DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: ABARROTES "JUAREZ"

Dirección: Av. López Mateos s/n Col. Del valle

Número de trabajadores: 2 empleados

Tiempo desde su apertura: 10 años

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno

Correo electrónico o red social: Ninguno

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: Si_____.

Cuenta con señalamientos dentro del local: Si_____.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes:

Semanalmente_____.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local:

Mensual_____.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes?

Las empleadas son eficientes en atender a los clientes, ya que en su mayoría son vecinos las personas que concurren a la tienda y tienen experiencia en atención a lo que se necesite_____.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si ya que al atender de buena manera a los clientes regresan_____.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? No, solamente se les pregunta si viven cerca de la tienda y si tiene experiencia_____.

¿Cuenta con bodega? No, la tienda está enfrente de la casa del dueño, dentro de la casa a veces se deja parte de mercancía que no se acomoda en la tienda_____.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: EL ZUPERCITO

Dirección: Calle Los Mangos #8 Col. Las Palmas

Número de trabajadores: 5 empleadas

Tiempo desde su apertura: 5 años con 3 meses

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: Ninguno

Correo electrónico o red social: reyna_1002@hotmail.com

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: Si_____.

Cuenta con señalamientos dentro del local: Si_____.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes:

Semanalmente_____.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local:

Quincenalmente_____.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes? Sí, porque se debe atender bien a los clientes de manera rápida y amigable y así ellos volverán a adquirir sus productos en la tienda_____.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial? Si ya que al atender de buena manera a los clientes regresan_____.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? Si, ya que se les explica en que parte del local están los productos y de esta manera si el cliente no lo encuentra don toda confianza puede preguntar_____.

¿Cuenta con bodega? Si_____.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

DATOS GENERALES DE LA TIENDA



Nombre de la tienda: Six

Dirección: Cuitláhuac 104, colonia: Azteca

Número de trabajadores: 3

Tiempo desde su apertura: 2 años

ATENCIÓN AL CLIENTE

Número de contacto para algún pedido: S/N

Correo electrónico o red social: No cuenta

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE POSEE LA TIENDA/LOCAL

Facturación electrónica	Recargas telefónicas	Abarrotes	Enlatados
Lácteos	Botanas	Confitería	Harinas
Frutas y verduras	Bebidas	Bebidas alcohólicas	Carnes / Embutidos
Automedicación	Higiene personal	Uso doméstico	Helados
Productos de limpieza			

Nota:

- Confitería: (Tipos de dulces).
- Automedicación: (Sueros, productos de botiquín de primeros auxilios)
- Uso doméstico (Suavizantes, limpiadores, pilas)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LIMPIEZA

Cuenta con filtro sanitario: Si_____.

Cuenta con señalamientos dentro del local: Si_____.

Cada cuánto tiempo limpian los productos de los estantes:

Semanalmente_____.

Cada cuánto se realiza limpieza profunda en el local:

Mensualmente_____.

LOGÍSTICA

¿Cómo abastece su local?

Instrucciones: Subraya el inciso que sea adecuado.

A) Los proveedores de los diferentes productos surten en su totalidad el local

B) Con proveedores que entregan directamente y compras foráneas

C) Otro (especifique): _____.

CAPACITACIÓN

¿Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes?

Si_____.

¿Considera que el trato de parte de sus empleados a los clientes es adecuado y cordial?

Si_____.

¿Los empleados antes de ser contratados cuentan con una previa capacitación? Si, se les enseña a usar la caja registradora y acomodar los estantes_____.

¿Cuenta con bodega? Sí, hay un espacio dentro del local para almacenar la mercancía.



Anexo 22: Manual de calidad.

1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN:

El presente manual de calidad tiene como objetivo principal brindar el soporte necesario para el buen funcionamiento del SGC de las tiendas de abarrotes analizadas en la ciudad de Tuxpan Veracruz, de acuerdo a los lineamientos que establece la norma ISO 9001:2015. Los principales beneficios que se esperan obtener son que las Pymes sean rentables proporcionando productos y servicios de calidad a los clientes.

2. REFERENCIAS NORMATIVAS:

Para efectos de este manual se utilizara de forma conjunta la ISO 9000:2015 Fundamentos y vocabulario de SGC y de la misma manera se utilizara la norma ISO 9001:2015 Requisitos para implantación de un SGC.

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES DEL SGC:

Los términos y definiciones abordados en el siguiente manual pueden ser consultados en base a la norma ISO 9000:2015 que establece los fundamentos y vocabulario del sistema de gestión de la calidad, entre ellos se encuentran los siguientes:

- **SGC (sistema de gestión de la calidad):** Es la aplicación de técnicas y medidas para el mejoramiento de los procesos internos de una compañía, sin importar cuál sea el área en la que se desempeñe.
- **Mejora continua:** Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos.
- **Calidad:** Grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.
- **Competencias:** Rasgos de la personalidad que se hacen evidentes en la forma y estilo de trabajo y que se traducen en un mejor desempeño dentro de un puesto determinado.
- **Dueño:** Persona o personas que están al frente de un proceso o procedimiento.



- **Mejora de la calidad:** Parte de la administración orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad.
- **Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.
- **Requisito:** Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.
- **Satisfacción del cliente:** Percepción del cliente sobre el grado en el que se han cumplido sus requisitos.
- **Indicadores:** Estándares que sirven para medir y comparar los resultados de cada proceso.

4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN.

4.1. COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO.

Para poder conocer a la organización tanto su entorno interno y externo, se realizó un análisis FODA en el cual se utilizó el formato con número de verificación “F – AF01”.

Los 10 análisis FODAS realizados a cada una de las Pymes monitoreadas se encuentran ubicados en el anexo (2). Los cuales son de gran ayuda ya que se detectan las áreas de mayor interés y con la respectiva interpretación se ven las posibles mejoras a implementar, o el punto a partir para poder mejorar cualquier aspecto de la organización.

4.2. COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS.

Para la respectiva comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas dentro de la organización, se hizo una recolección de datos mediante un formato con código de verificación “F-NEYESP”.

La información de cada una de las pymes se encuentra ubicada en el anexo (3). Los cuales tienen una programación cronológica de tiempo establecido para así llegar a un análisis



concreto de todas las necesidades que se tienen y las expectativas que se quieren cumplir al implementar este manual.

4.3. ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.

Para conocer el alcance del sistema de gestión de la calidad en cada una de las tiendas de abarrotes se utilizó un formato, con código de verificación “F – ASGC”. Para efectos de este modelo se construyó un alcance que involucra a todas las pymes.

Los alcances de cada una de áreas de las tiendas de abarrotes se encuentran ubicados en el anexo (4).

4.4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS.

Tener conocimiento de cada uno de los procesos que intervienen en un sistema de gestión de la calidad, es de gran importancia, debido a que es de gran utilidad para el logro de los objetivos como organización. Para ello, se realizó un formato para conocer con más precisión el tipo de información obtenida de cada una de las tiendas de abarrotes.

El formato que fue utilizado tiene un código de verificación “F –DEPROC”. Cada uno de este tipo de formato sobre los procesos identificados se encuentran ubicados dentro del anexo (5).

5. LIDERAZGO.

5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO.

Los dueños de las tiendas de abarrotes, son los encargados de dirigir el SGC los cuales a su vez se encuentran comprometidos en todo momento para garantizar el buen funcionamiento de las organizaciones. De la misma manera la organización se compromete a asumir con liderazgo todas las actividades satisfaciendo las necesidades de los clientes, estableciendo la política y objetivos de calidad, para así poder demostrar su compromiso a los clientes.



5.1.1. ENFOQUE AL CLIENTE.

Para que la pyme pueda garantizar el liderazgo y compromiso que posee se utilizara un formato para realizar encuestas al cliente y con ello medir si se obtienen resultados positivos o no. El formato a utilizar tiene por nombre “Encuesta al cliente” y para su identificación tiene código de verificación “F – ENC/CE”, el cual se encuentra ubicado en el anexo (6).

5.2. POLÍTICA.

Dentro de su política la organización establece, que es capaz de implementar y mantener una política de calidad de acuerdo a su tipo de actividad en el mercado. En este caso, para cada una de las tiendas de abarrotes se elaboró una política de calidad de forma individual ya que no todas venden las mismas categorías de productos. Para esto se utilizó el formato con código de verificación “F –POCAL”.

Y cada una de las políticas de calidad se encuentran ubicadas en el anexo (7).

5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN.

El dueño de cada una de las Pymes debe determinar y definir cada uno de los roles, responsabilidades que garanticen el buen funcionamiento del SGC, tal como lo establece cada uno de los requisitos de la norma ISO 9001:2015.

Para definir los roles, responsabilidades y autoridades en la organización se utiliza el formato que lleva por nombre “responsabilidades del personal” con código de verificación “F – RESP P”. Para consultar el formato de responsabilidades del personal favor de consular el anexo (8).

6. PLANIFICACIÓN.

6.1. ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES.

La organización debe determinar los riesgos y oportunidades para llevar a cabo una planificación adecuada para asegurar que el SGC logre los resultados que se desean obtener.



Para abordar los riesgos se llevara a cabo una valoración cualitativa y cuantitativa para así poder identificar aquellas cuestiones que pueden ocasionar problemas a futuro.

Con respecto a las oportunidades se abordaran todas las cuestiones que fueron identificadas en el análisis FODA y posteriormente se llevara a cabo las líneas a seguir para lograr los objetivos y así vez tener en cuenta las acciones a corregir a mediano o largo plazo como organización.

Para abordar riesgos y oportunidades se utilizara el formato con código de verificación “F – GRYOP”. Cada uno de los formatos realizados a las tiendas de abarrotes se encuentran ubicados en el anexo (9).

6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS.

La organización debe determinar que los objetivos de calidad que sean coherentes a la política de calidad establecida para que así se puedan lograr y se tenga una planeación apta que de buenos resultados. Para ello se realizó y utilizó el formato con código de verificación “F – OBJCAL”. Este formato se encuentra ubicado en el anexo (10).

6.3 PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS.

La planificación de los cambios aplica cuando la organización determine en su momento la necesidad de un nuevo rumbo por diferentes circunstancias que motiven a la empresa a realizar modificaciones al SGC. Para ello se utiliza el formato elaborado, donde se puede llevar un registro de los principales cambios a realizar indicando causas y consecuencias de los cambios efectuados dándole un seguimiento a las actividades para un mejor control. El formato se encuentra ubicado en el anexo (11).

7. APOYO.

7.1 RECURSOS.

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión



de la calidad. Todo esto basado en el análisis de toda la planeación que ya se tiene, para así no hacer una mala gestión de los recursos obtenidos y de los recursos que ya se poseían.

7.1.1 GENERALIDADES.

El proyecto está basado en pymes las cuales son tiendas de abarrotes, en este apartado se describirá los recursos necesarios que deben tener, el equipo adecuado con el que se debe trabajar cada día, se describirán si los recursos son utilizados de la manera correcta, la productividad y si la estructura es la adecuada para el giro de abarrotes y comestibles.

- Recursos necesarios: Los recursos que se requieren son económicos tanto que es la base para la creación y formación de las tiendas de abarrotes, entre otros recursos que se pueden mencionar son los materiales.
- Equipo mobiliario: El equipo mobiliario es aquel conjunto de muebles u objetos con los cuales facilitan el trabajo que se debe realizar en alguna empresa, en este caso lo necesario para esta clase de pymes son; mostrador, anaqueles, vitrinas, refrigeradores, congeladores, báscula, caja registradora, calculadora, entre otros.
- Utilización adecuada del equipo mobiliario: Las microempresas seleccionadas para su estudio tienen deficiencia en la utilización del mobiliario ya que en algunas tiendas de abarrotes, su equipo se encuentra dañado o en condiciones no óptimas de trabajo, con esto se da a entender que los aparatos u objetos no son los adecuados para tener la mercancía en buenas condiciones o para el mismo empleado no es el adecuado para trabajar.

7.1.2 PERSONAS.



La organización debe determinar y proporcionar las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y para la operación y control de sus procesos.

De acuerdo a lo anterior, se debe realizar un diagrama de flujo de reclutamiento para que las tiendas de abarrotes sepan de qué manera poder contratar al personal cuando se requiera.

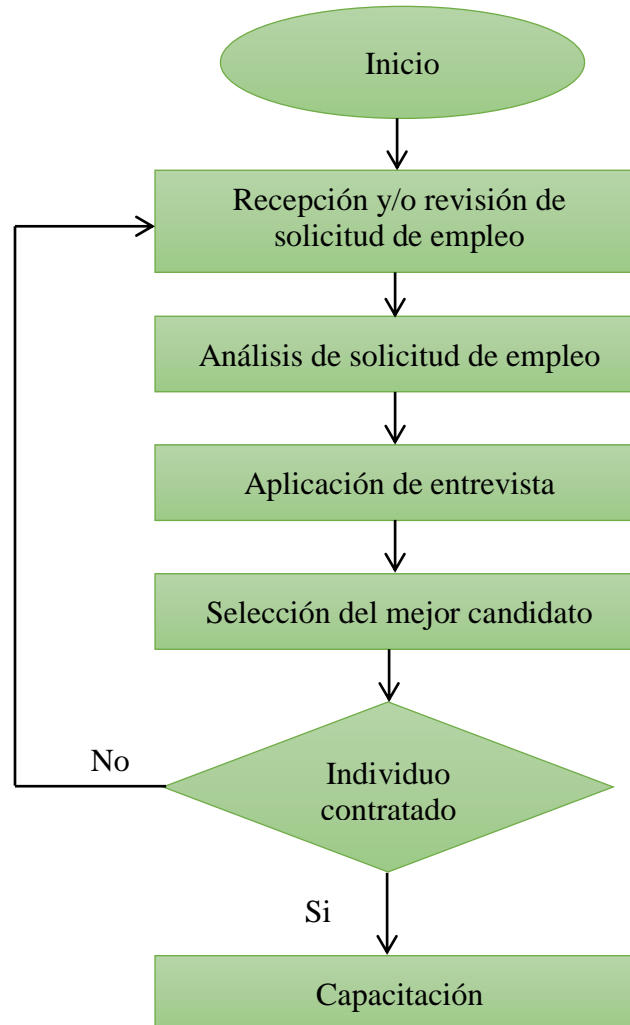


Figura 7: Diagrama de flujo de reclutamiento

Los requisitos que se recomiendan solicitar para contratación de personal en tienda de abarrotes son los siguientes:



- Edad de 18 años en adelante.
- Sexo indistinto.
- Estado civil indistinto.
- Escolaridad: Primaria y/o Secundaria.
- Actitud de buen servicio al cliente.

Algunos documentos que se pueden solicitar son copia de certificado de primaria y/o secundaria.

7.1.3 INFRAESTRUCTURA.

La organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los productos y servicios.

Por esta razón la infraestructura de las pymes dedicadas al sector de venta de abarrotes deben de contar con una buena distribución y acomodo de sus productos ofertados, para que de esta forma el cliente tenga un panorama amplio y ordenado de la variedad de productos que se tienen en la tienda y a su vez le sea más fácil visualizar donde se encuentra lo que desea adquirir. A continuación se muestra un Layout a considerar para una mejor organización dentro del establecimiento y un buen uso del espacio que se tiene.

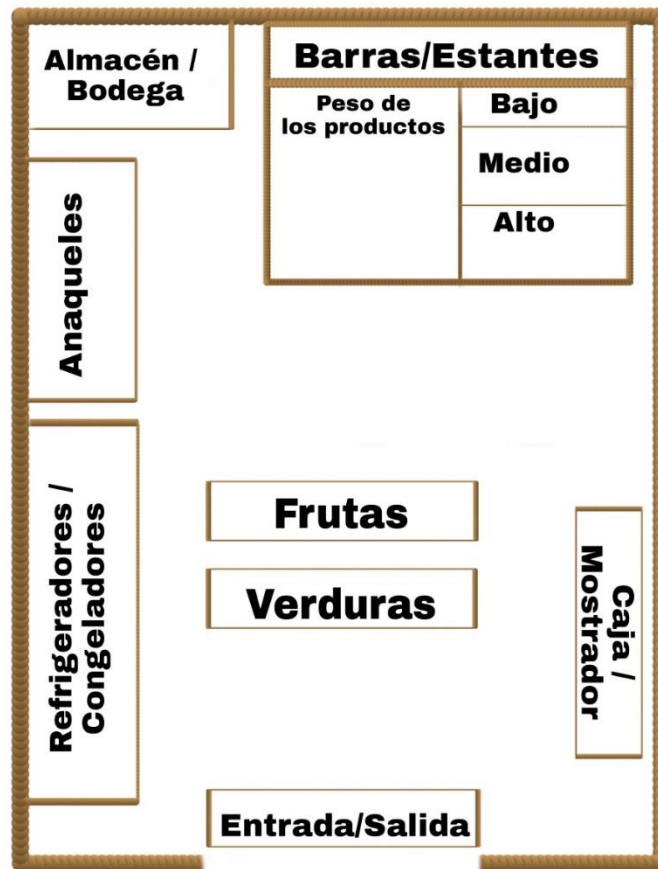


Figura 8: Lay Out tienda de abarrotes.

La distribución de la anterior imagen del Layout realizado, está basada en una estrategia que ayude a que el cliente tenga un buen panorama de los productos con los que se cuentan, además de sugerir al dueño del establecimiento un acomodo en las barras o estantes de acuerdo al peso de los productos, ya que al tenerlos ordenados del menor al mayor hay mayor seguridad de que ocurra algún accidente o que simplemente el soporte que se tiene sea mayor y no aguante el total causando pérdidas en caso de alguna caída de todos los productos de su lugar de origen, además de hacer un uso correcto de todo el espacio que se posee en el local.



7.1.4 AMBIENTE PARA LA OPERACIÓN DE LOS PROCESOS.

La organización debe determinar, proporcionar y mantener el ambiente necesario para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios.

En este caso siguiendo a los criterios de la norma ISO 9001: 2015 podemos clasificar el ambiente laboral dentro de esta categoría de pymes dedicadas a la venta de productos de abarrotes de la siguiente manera:

- **Social:** Un ambiente laboral libre de conflictos entre el mismo personal que labora dentro del establecimiento, además de siempre obtener un trato respetuoso hacia los compañeros de trabajo, esto gracias a las capacitaciones que se hacen incentivando al personal para aprender a ser recíproco con las personas.
- **Psicológicos:** Contando con un ambiente laboral bueno que no sea participe de la deserción ni del agotamiento hacia el personal que ocasione una carga de estrés que repercute a que los empleados desempeñen mal su trabajo y esto a su vez lleve a pérdida de clientes por mal trato a la hora de realizar sus compras.
- **Físicos:** En este caso son los factores ambientales que se producen por ejemplo: temperatura, calor, humedad, iluminación, circulación de aire, higiene, ruido etc.



7.1.5 RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN.

En este punto se tiene que determinar cómo le va a hacer la empresa para proporcionar productos o servicios de calidad. Ejemplo, que se lleve a cabo un plan de mantenimiento de máquinas y equipos de producción. Un ejemplo podría ser la calibración de básculas, en caso de utilizar báscula convencional de las viejitas.

Artículo	Mantenimiento	Periodo de tiempo
Báscula	Calibración del equipo	Anualmente (12 meses)
Caja registradora	Limpieza interna y externa	Semestralmente (6 meses)

Para tener un mejor control de los equipos a dar mantenimiento se diseñó un formato para registrar los mantenimientos que se llevan a cabo en las pymes. El formato se encuentra ubicado en el anexo (12).

7.1.6 CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

La organización debe determinar los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios.

Estos conocimientos deben mantenerse y ponerse a disposición en la medida en que sea necesario.

En este caso es necesario que se resguarden documentos como facturas de algún equipo, actualizaciones de inventarios, seguimiento de actualización al cliente, contratos de compras a los diferentes proveedores que ayudan con el abastecimiento de la tienda, para así tener un registro exacto de las inversiones monetarias que se han hecho en la adquisición de equipos y conocer en su totalidad los movimientos de la organización.

7.2 COMPETENCIA.

La organización debe dar capacitación a su personal por lo menos 1 vez al año en temas a fines a las necesidades de la organización.



7.3 TOMA DE CONCIENCIA.

La organización debe asegurarse que sus trabajadores realicen sus actividades de acuerdo a las necesidades y planeación de la empresa.

Para ello se elaboró el siguiente formato con código de verificación “F – CAPPER”.

Para consultar este formato se encuentra ubicado en el anexo (13).

7.4 COMUNICACIÓN.

La organización debe asegurarse que se comunique a sus trabajadores toda la información de suma importancia para que puedan trabajar de forma eficiente.

Por tal motivo, se elaboró el formato que lleva por nombre “comunicación del sistema de gestión de calidad” que tiene código de verificación “F – COSGC”. El formato elaborado se encuentra ubicado en el anexo (14).

8. OPERACIÓN.

8.1 PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL.

La organización debe garantizar el cumplimiento de los requisitos para contar con productos de calidad y brindar un buen servicio, todo esto se puede llevar a cabo planificando, controlando e implementando sus procesos.

La determinación de los recursos juega un papel importante, ya que son necesarios para lograr la conformidad con los requisitos de los productos y servicios de atención al cliente.

Para dar cumplimiento a este requisito se recomienda utilizar el formato con código F-PEDS (Formato de pedidos), ya que te será de gran utilidad para tener una planeación de compras a los diferentes proveedores y con esto se evitara el stock demás y el desabasto de los productos de mayor venta. Para consultar el formato de pedidos consultar el anexo (15).



8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

8.2.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE.

La comunicación con los clientes debe incluir:

- a) Proporcionar la información relativa a los productos y servicios.
- b) Tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios.
- c) Obtener la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas de los clientes.
- d) Manipular o controlar la propiedad del cliente.
- e) Establecer los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.

Para tener un mejor panorama de lo que piensan y quieren los clientes, se puede ocupar el siguiente formato el cual nos ayudara a tener una información más exacta del punto de vista del cliente, además de tomar encuesta las quejas o sugerencias que ellos como compradores tengan acerca de la organización.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Encuesta al cliente: Favor de contestar de la manera más sincera posible la presente encuesta marcando con una “X” la respuesta que considere pertinente, ya que esto nos ayudara a brindarle un mejor servicio de atención y productos de su preferencia.

**NOTA: En caso de querer presentar algún tipo de queja o sugerencia favor de realizar anotaciones en la parte inferior.*

APORTACIONES:	Si	No
1.- Considera que recibió un buen servicio por parte del vendedor.		
2.- Considera las marcas que manejamos para hacer sus compras.		
3.- Está satisfecha/o con los costos que manejamos.		
4.- Considera que el acomodo de nuestros productos están bien distribuidos.		
5.- Se considera un cliente frecuente.		
6.- Ha tenido una mala experiencia en nuestro servicio de atención en alguna de sus compras realizadas.		
7.- Le gustaría que tuviéramos más variedad en nuestros productos.		
8.- Le gustaría que implementáramos ofertas específicas en algunos de nuestros productos semanalmente por hacer mención de un ejemplo.		
9.- La fecha de caducidad de los productos que compro está vigente.		
10.- La envoltura del producto se encuentra perfectamente sellada.		
11.- Encontró los productos que buscaba		
Quejas o sugerencias para la organización		
Código: F- EALC		



8.2.2 DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

En esta sección se debe determinar los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes, la organización siempre debe asegurarse de que todos los requisitos sean definidos, para brindar un buen servicio y tener un buen control.

Todo esto se puede hacer en base los datos arrojados de las encuestas aplicadas a los clientes de la organización.

8.2.3 REVISIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

8.2.3.1 LA ORGANIZACIÓN DEBE ASEGURARSE DE QUE TIENE LA CAPACIDAD DE CUMPLIR LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE VAN A OFRECER A LOS CLIENTES.

La organización debe garantizar que tiene un stock suficiente de productos antes de hacer un pedido de reabastecimiento, esto se confirma mediante una revisión de inventarios.

Siempre tomando en cuenta los productos de mayor demanda de sus clientes, ya que esto garantiza que al ellos poder encontrar todos los productos deseados tengan una mayor satisfacción.

8.2.3.2 LA ORGANIZACIÓN DEBE CONSERVAR LA INFORMACIÓN DOCUMENTADA, CUANDO SEA APLICABLE.

La organización debe respaldar todos los movimientos de requisitos y compras que haya tenido en un orden cronológico, para así tener un mejor control de ventas, de tal manera que estos coincidan con los resultados de las revisiones que se podrían llegar a aplicar para hacer una estimación de ventas y ganancias de cada organización.



8.2.4 CAMBIOS EN LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

La organización debe asegurarse de que, cuando se cambien los requisitos para los productos y servicios, la información documentada pertinente sea modificada, y de que las personas pertinentes sean conscientes de los requisitos modificados.

Esto se hace para que toda la documentación coincida y sea verídica, de tal modo que todo sea verídico y confiable para el dueño del establecimiento.

8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

En este caso se hace omisión de este apartado, ya que no se pone en marcha la ejecución del presente modelo, solo es una referencia a poner en práctica el manual de calidad y así aspirar a tener un buen SGC en las pymes dedicadas al sector del mercado de venta de productos de abarrotes.

8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE.

8.4.1 GENERALIDADES COMO LO VOY A CONTROLAR.

La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conformes a los requisitos establecidos, para que los productos adquiridos sean de buena calidad y no presenten defectos que imposibiliten su venta o dañen la salud de la persona que lo adquiera. La organización debe saber determinar los controles a aplicar a los procesos y productos suministrados externamente cuando: un proceso, o una parte de un proceso, es proporcionado por un proveedor externo como resultado de una decisión de la organización.

La organización debe conservar la información documentada de estas actividades y de cualquier acción necesaria que surja de las evaluaciones, para su corrección en caso de una anomalía.



8.4.2 TIPO Y ALCANCE DEL CONTROL.

La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a sus clientes.

De tal manera que la organización debe asegurarse de la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo y en caso de tener alguna duda corroborar de forma personal la calidad de los productos que está adquiriendo.

8.4.3 INFORMACIÓN PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS.

La organización debe comunicar a sus proveedores externos los requisitos de los productos que necesita para garantizar la venta de productos correctos a los consumidores. Una manera de corroborar el cumplimiento del requisito consiste en la elaboración de un formato para evaluación de proveedores. El formato incluye información relativa a cantidades de productos a suministrar, los tiempos de entrega de proveedores, entre otros. El formato de evaluación de proveedores se encuentra ubicado en el anexo (16).

8.5 PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO.

La Organización produce y suministra productos y servicios bajo condiciones planificadas y controladas, que aseguren y demuestren su conformidad, incluyendo las actividades posteriores a la entrega.



8.5.1 CONTROL DE LA PRODUCCIÓN Y DE LA PROVISIÓN DE SERVICIOS.

La organización debe implementar la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas. En este caso la microempresa debe ser regular proporcionando la venta de productos de calidad a sus clientes.

La organización debe tener información documentada de los principales productos y servicios que ofrece a sus clientes y los resultados que espera obtener:

- Ofrecer variedad de productos de diferentes marcas para el consumo del cliente.
- Garantizar el suministro de productos de forma controlada para que el cliente encuentre lo que desea.

Una propuesta para el control de la producción y provisión de servicios es el uso de un formato de inventarios para que la empresa tenga un control óptimo de sus existencias y con ello adquiera las cantidades correctas en el momento que se necesiten. El formato de inventarios tiene código de verificación “F – COINV” y se encuentra ubicado en el anexo (17). Mediante el formato de inventario se permitirá a la empresa tener un mejor control de sus existencias y de la misma manera ayudara a la organización.

8.5.2 IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD.

La identificación es un requisito que debe ser aplicado a las salidas de los procesos cuando sea necesario, para asegurar la conformidad de los productos y servicios. Para la identificación y trazabilidad las pymes se encargan de controlar los productos desde que llegan al inventario hasta que salen las mercancías a las tiendas de abarrotes. En ese momento el dueño de la tienda o encargado de realizar las compras verifica que el producto sea el correcto y este en buen estado. Posteriormente cuando el producto es colocado en el puesto específico de venta se verifica de nuevo que el embalaje o empaque este en buenas condiciones, que el etiquetado este en buen estado y que el producto no este caducado. Estas características se verifican principalmente en productos envasados como líquidos.



8.5.3 PROPIEDAD PERTENECIENTES A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS.

La organización debe cuidar el equipo que se está ocupando en este caso cuando se tienen equipos directos de los proveedores o la propiedad perteneciente a los clientes o a proveedores externos mientras esté bajo el control de la organización o esté siendo utilizado por la misma.

Las empresas en determinados momentos utilizan equipos que sus proveedores les proporcionan derivado de las relaciones comerciales.

Por ello los dueños de las pymes deben utilizar los equipos de forma correcta para evitar que estos presenten alguna avería o fallos en los equipos.

Una alternativa para garantizar el patrimonio y cuidado de los equipos de los proveedores es proporcionar mantenimiento preventivo de forma periódica para evitar descomposturas.

Por ejemplo, tal es el caso de refrigeradores y congeladores al no utilizarlos de forma correcta existe una alta probabilidad de descomposturas y mal funcionamiento de los equipos.

Para este caso se propone utilizar un formato de mantenimiento que se encuentra ubicado en el anexo (12) para llevar registros de los historiales de mantenimiento efectuados a lo largo del tiempo.

8.5.4 PRESERVACIÓN.

Para preservar los diferentes productos que son vendidos en la organización todo comienza desde la llegada al local, donde son revisados de forma detallada para asegurar que el producto sea confiable para su uso o consumo.

Posteriormente el producto es resguardado en una bodega, donde permita conservar la calidad hasta que el producto sea vendido al cliente.

Se deberá acondicionar la bodega de tal forma que solo sea para ese tipo de actividad y que existen algún otro tipo de productos que puedan alterar la calidad de las mercancías.



8.5.5 ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA.

La organización debe cumplir los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.

Algunas actividades posteriores a la entrega de producto son:

- Corrección inmediata de errores:

Identificar los errores cometidos y dar solución al problema de forma inmediata.

- Identificación de satisfacción del cliente:

Identificar comportamientos del consumidor en la compra de productos.

8.6 LIBERACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

La liberación de productos y servicios es un requisito obligatorio para las organizaciones, debido a que determina la confiabilidad de los productos.

Para la liberación de productos y servicios es de gran importancia realizar un análisis detallado utilizando una hoja de verificación para asegurar la conformidad de los productos.

La organización debe asegurarse de proporcionar sus productos estando consiente que cumple con todos los requisitos para evitar problemas o quejas por productos en mal estado.

El siguiente formato que se presenta a continuación se utiliza cuando el producto llega a las pymes y con ello la finalidad es que el producto sea confiable para es revisado para acomodarlo y posteriormente venderlo al público.

Para ello se propone utilizar el formato (18) con código de verificación F- LIPYS para asegurarse que los productos cumplen con los requisitos básicos:



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Instrucciones: Favor de contestar la siguiente hoja de verificación marcando con una “X” si el producto analizado cumple con los requisitos que se mencionan a continuación. En caso de encontrar algún tipo de anomalías favor de realizar anotaciones en la parte inferior.

Requisito:	¿Cumple con el requisito?	
	Si	No
1.- El producto tiene el etiquetado en buenas condiciones.		
2.-La fecha de caducidad del producto es conforme para su consumo.		
3.- La envoltura del producto se encuentra perfectamente sellada.		
4.- El producto cumple con todos los requisitos mencionados anteriormente.		
Anomalías encontradas		
Nota: En caso de no cumplir con todos los requisitos favor de retener los productos para su venta al público.		
Código: F- LIPYS		

8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES.

Saber controlar los productos no conformes es indispensable para las empresas debido a que se facilita el trabajo y se brinda una mejor atención a los clientes sin la necesidad de improvisar. Toda la organización debe tener conocimiento de los procedimientos por ello el siguiente procedimiento que se establece esta estandarizado y pretende aplicarse en las tiendas de abarrotes.

En caso de presentarse un producto no conforme se procederá de la siguiente forma:

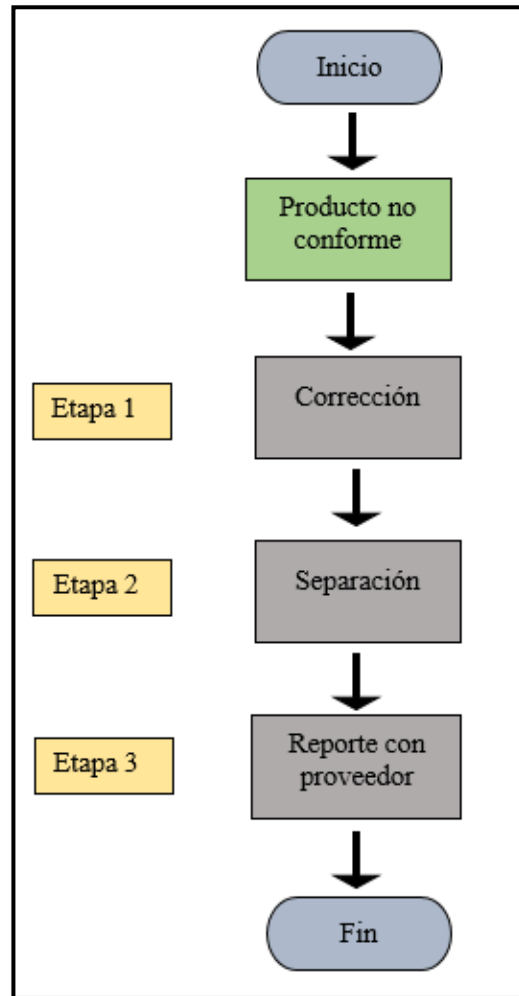


Figura 9: Diagrama de producto no conforme.

Para detectar algún tipo de producto no conforme se debe inspeccionar el producto desde el primer momento identificando las características más importantes para elegir los productos que cumplen con la calidad o requisitos necesarios.

Posteriormente se debe separar lo que cumple de lo que no. Por consiguiente en caso de presentarse productos no conformes se deben reportar con el proveedor. Para tener un mejor control de productos no conformes se sugiere utilizar el formato registro de no conformidades identificado con el código de verificación “F –NCONF” el cual se encuentra ubicado en el anexo (19).



9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.

9.1 SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN.

9.1.1 GENERALIDADES.

La organización debe determinar qué necesita seguimiento y medición para el análisis y evaluación del desempeño. Los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos. Y así estos sean fuentes con ingresos altos para la organización, además de tener un control detallado de los recursos que se tienen.

9.1.2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información. Para la satisfacción del cliente se deben considerar las quejas de los clientes sobre la atención que reciben y la calidad en los productos que adquieren.

Ya que si bien sabemos es de suma importancia para en este caso las tiendas dedicadas a vender productos de abarrotes que sus clientes sean satisfacción a la hora de adquirir sus productos ya que esto hace que sean leales al establecimiento y no consuman con la competencia, además de que un cliente satisfecho conecta con nuevos clientes que hacen que crezcan las ganancias y se tenga un mayor reconocimiento en el mercado.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

9.1.3 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN.

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: FORMATO MATRIZ DEL DESEMPEÑO	Versión: A
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 9.1.3	Revisión: 0
		Código: F-MATD
		Página 1 de

FORMATO MATRIZ DEL DESEMPEÑO						
Responsable:						
Fecha:						
Frecuencia del desempeño	Puntuación	Concepto	Nivel total de desempeño	Rangos	Acciones realizar.	por
	5	Excelente		165 - 205	Mantener el desempeño que se tiene.	
	4	Bueno		124 - 164	Mejorar las áreas donde se presentan bajos rangos de desempeño.	
	3	Regular		123 - 83	Planificar nuevas acciones correctivas a implementar.	
	2	Malo		82 - 42	Tomar acciones correctivas en el desempeño que se está teniendo.	
	1	Deficiente		0 - 41	Implementar acciones en su totalidad.	

Autorización

Encargado



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

LOGO DE LA EMPRESA	Nombre del documento: Formato de evaluación del desempeño	Versión: A
		Revisión: 0
	Referencia a la Norma ISO 9001:2015 9.1.3	Código: F-EVALD
		Página 1 de

FORMATO EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO					
Responsable:					
Fecha:					
Categoría con base a la normativa ISO9001:2015.	Frecuencia del desempeño.				
	1	2	3	4	5
CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN:					
Comprensión de la organización y su contexto					X
Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas					X
Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad				X	
Sistema de gestión de la calidad y sus procesos				X	
LIDERAZGO:					
Liderazgo y compromiso					X
Enfoque al cliente					X
POLÍTICA:					
Establecimiento de la política de la calidad					X
Comunicación de la política de la calidad					X
Roles, responsabilidades y autoridades en la organización					X
PLANIFICACIÓN:					



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Acciones para abordar riesgos y oportunidades				X	
Objetivos de la calidad y planificación para lograrlo					X
Planificación de los cambios				X	
APOYO:					
Recursos					X
Personas					X
Infraestructura				X	
Ambiente para la opción de los procesos				X	
Recursos de seguimiento y medición					X
Conocimientos de la organización					X
Toma de conciencia				X	
Comunicación					X
Información documentada				X	
Creación y actualización			X		
Control de la información documentada				X	
OPERACIÓN:					
Planificación y control operacional				X	
Requisitos para los productos y servicios				X	
Comunicación con el cliente					X
Determinación de los requisitos para los productos y servicios				X	
Revisión de los requisitos para los productos y servicios				X	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ÁLAMO TEMAPACHE

Cambios en los requisitos para los productos y servicios				X	
Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente				X	
Tipo y alcance del control				X	
Información para los proveedores externos					X
Producción y provisión del servicio					X
Control de la producción y de la provisión del servicio				X	
Identificación y trazabilidad			X		
Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos				X	
Preservación				X	
Actividades posteriores a la entrega				X	
Control de los cambios				X	
Liberación de los productos y servicios				X	
Control de las salidas no conformes				X	
TOTAL	0	0	6	92	80
	178				

Autorización

Encargado

Observaciones:



9.2 AUDITORIA INTERNA

Para medir el desempeño de las microempresas se realizó un formato sencillo para que los dueños de las pymes lo utilicen y determinen el nivel de cumplimiento del SGC. Los resultados que se obtienen son una evidencia para el rendimiento de cuentas.

Lista de verificación dueños de Pymes.			
Responsable:	Fecha:	Código: F- LVER	
Instrucciones: Conteste la siguiente hoja de verificación indicando con una "X" según corresponda a cada una de las preguntas formuladas.			
Pregunta formulada	Desempeño obtenido		
1.- Antes de suministra productos se tienen definidas las necesidades y expectativas.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
2.- La organización tiene definida la política de calidad y la comunica a sus trabajadores.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
3.- La organización determina los riesgos que afectan el rendimiento del sistema de gestión de la calidad.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
4.- La empresa determina las oportunidades y las líneas de acción para el logro de las actividades.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
5.- Se tienen definidos los objetivos de calidad y se cumplen en su totalidad.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
6.- Los productos y servicios suministrados de forma externa son controlados.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
7.- Se tiene un control de los productos que son liberados y de las salidas no conformes.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
8.- Se evalúa el desempeño de la empresa de forma constante.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
9.- La organización conserva información documentada de los resultados obtenidos.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>
10.- La organización implementa la mejora continua para ser más competitiva.	Cumple(5) <input type="checkbox"/>	A veces(3) <input type="checkbox"/>	No cumple(0) <input type="checkbox"/>



Matriz de desempeño		
Desempeño	Rango	Retroalimentación
Malo	0-12	La organización no está cumpliendo con las acciones encomendadas. Se debe implementar acciones correctivas para seguir adelante.
Regular	13-25	La organización cumple de forma parcial con las actividades. Se debe implementar acciones correctivas para contrarrestar los daños y lograr aumentar el desempeño.
Bueno	26-38	La organización debe seguir trabajando en puntos débiles para mejorar el desempeño.
Excelente	39-50	La organización debe seguir trabajando de esta manera, el desempeño es muy sobresaliente. ¡Muy bien!

Autorización

Encargado

10. MEJORA

10.1 GENERALIDADES.

La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente.

Para que así a nivel organización pueda posicionarse como una buena empresa y esto la destaque entre su competencia, para esto es necesario incluir planes de mejora con poco margen de nivel falla y efecto ante las anomalías presentadas, además de siempre ser constante en las revisiones y quejas que se presenten.

La finalidad de las mejoras en este caso es mejorar los productos y la calidad del servicio al cliente para cumplir los requisitos, así como considerar las necesidades y expectativas futuras de la organización, de tal modo que se pueda mejorar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Algunos de los ejemplos de mejora aplicables en este caso pueden incluir corrección, acción correctiva, mejora continua, innovación y reorganización.



10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCIÓN CORRECTIVA.

La organización siempre debe reaccionar ante la no conformidad de los clientes o empleados según sea el caso que se presente, para así poder iniciar acciones correctivas que nos permitan controlar y corregir de ser posible en su totalidad las inconformidades presentadas, y así poder hacerle frente a las consecuencias que éstas hayan desencadenado. En este caso con base al formato F-EVALD (formato de evaluación del desempeño), podemos saber que se cuenta con un rango de 178 (excelente), que nos indica que solo se deben de mantener las acciones desempeñadas hasta el momento, por lo cual es de suma importancia no bajar el ritmo de frecuencia con base a la normativa de la ISO9001:2015.

La acción correctiva en este caso está sostenida en evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte, mediante la determinación de si existen no conformidades similares, o que potencialmente puedan ocurrir e implementar cualquier acción necesaria para revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada y si fuera necesario, actualizar los riesgos y oportunidades determinados durante la planificación.

La organización debe conservar información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente los resultados de cualquier acción correctiva.

10.3 MEJORA CONTINUA.

La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del sistema de gestión de la calidad. La organización debe considerar los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua. Siempre tomando en cuenta que la excelencia se alcanza teniendo una buena organización y que siempre hay cosas a implementar aunque todo marche bien y de buenos resultados, no obstante la mejora continua se caracteriza por siempre estar a la vanguardia dentro de cualquier sector, por tal motivo es que la planificación de nuevas implementaciones nunca esta demás.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. APCER. (22 de Octubre de 2020). *Guía del usuario ISO 9001:2015*. Obtenido de https://www.academia.edu/36716514/ISO_9001_2015_DICIEMBRE_2015
2. Behar Gutiérrez Roberto, Grima Cintas Pere. (2013). El histograma como un instrumento para la comprensión de las funciones de densidad de probabilidad. *Dialnet*, 229-235.
3. Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
4. Cantu Delgado, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad* (4 Ed. ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
5. Cardona, C. S., & Restrepo, A. C. (Agosto de 2013). *Herramientas de control*. Obtenido de Puntos de encuentro: http://puntosdeencuentro.weebly.com/uploads/2/2/3/6/22361874/listas_de_chequeo.pdf
6. CEUPE. (2015). *Estructura de la norma UNE en ISO 9001:2015*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/estructura-de-la-norma-une-en-iso-9001-2015.html>
7. Cubillos Rodríguez, M. C., & Rozo Rodríguez, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de la Salle*, 80-99.
8. Durán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos.
9. Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2008). *Administración y control de calidad*. Mexico: Cengage Learning.
10. Falzatev. (2012). *Como elaborar las listas de chequeo*. Obtenido de cgeconsultoria: <http://cgeconsultoria.com/como-elaborar-listas-de-chequeo/>
11. García P, M., Quispe A., C., & Ráez G., L. (2006). Mejora continua de la calidad de los procesos. *Industrial Data*, 92.



12. Garrido Cuevas, N. H. Propuesta de implementación de sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 en recepción de supermercado. *Trabajo de Titulación para optar al Título de Ingeniería en PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y AMBIENTALES*. Universidad Técnica Federico Santa María sede Viña del mar - José Miguel Carrera, Lima.
13. Gaya, C. G., Navas, R. D., & Perez, M. A. (2013). *Técnicas de mejora de la calidad*. UNED.
14. González, J. M. (2012). *Introducción a la gestión de la calidad*. Delta publicaciones.
15. Gutierrez Pulido, H. (2010). *Calidad total y productividad*. Mexico: Mc Graw Hill.
16. Gutierrez, A. (Diciembre de 2005). *Aplicación de los círculos de calidad en una organización*. Pachuca, Hidalgo, México: Instituto de ciencias básicas e ingeniería industrial.
17. Hernández Palma , H. G., Barrios Parejo, I., & Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 179-195.
18. ISO. (23 de Octubre de 2020). *ISO 9001:2015 Norma Internacional. (Trad. Sistema de Gestión de la Calidad-Fundamentos y Vocabulario)*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
19. ISO9000Calidad. (2016). *Gestión de la calidad*. Obtenido de <http://iso9000calidad.blogspot.com/2014/10/herramientas-de-la-calidad-la-tormenta.html>
20. Isotools. (2015). *ISO 9001:2015 Sistema de Gestión de la Calidad* . Obtenido de <https://www.isotools.org/pdfs/sistemas-gestion-normalizados/ISO-9001.pdf>



21. Isotools. (05 de Octubre de 2016). *Los 7 principios del sistema de gestion de calidad*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2016/10/05/los-7-principios-del-sistema-gestion-calidad/>
22. ISOTools. (24 de Agosto de 2017). *Cómo usar herramientas de control de calidad para mejorar su SGC*. Obtenido de <https://www.isotools.cl/herramientas-de-control-de-calidad>
23. José-Martí, I. C., & Bolaños, E. R. (2016). *Introducción a la gestión integral de riesgos empresariales*. Lima: Platinum.
24. Lemos, P. L. (2015). *Novedades ISO 9001:2015. Novedades ISO 9001:2015*. Madrid, España: FC EDITORIAL.
25. Lizarzaburu Bolaños, E. R. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 33-54.
26. Lopez Rey, S. (2005). *Implantación de un sistema de calidad: los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización*. Ideaspropias Editorial SL.
27. Mancera, M. (2008). *Lista de Chequo*. Obtenido de Manceras: <http://manceras.com.co/publicaciones.htm>
28. Melendez Lahura , A. Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001: 2015. *Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ - FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA, Lima.
29. Minchán Huaccha , L. S., & Hervias Vargas, R. F. Diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015 para mejorar el nivel de satisfacción del cliente en una empresa de servicios de mantenimiento (Tesis parcial). *Tesis para optar título de ingeniero industrial*. Universidad privada del norte, Lima.



30. Moran Padilla , J. M. “Gestión de aseguramiento de la calidad en la construcción de un tanque barren de una planta de columnas de carbón (CIC) en una mina de oro, la libertad – Perú”. *Para optar el título profesional de Ingeniero Industrial*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega - Facultad de Ingeniería Administrativa e Ingeniería Industrial, Lima.
31. Moreno-Luzón, M. D., Peris Bonet, F. J., & González Cruz, T. (2001). *Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: teoría y estudio de casos*. Prentice Hall.
32. Noguez, V. (2015). *ISO 9001:2015. El Futuro de la Calidad*. Obtenido de https://www.academia.edu/33261078/E_book_9001_2015_futuro_calidad
33. Nueva iso 9001-2015. (13 de Octubre de 2014). *ISO 9001 Principios sistemas de gestion calidad*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2014/10/iso-9001-principios-sistemas-gestion-calidad/>
34. Oliva, P. (2009). *Listas de chequeo como técnica de control*. Obtenido de pdcahome: <http://www.minsal.gob.cl/portal/url/item/7cf9e499a55c4cc7e04001011f016c69.pdf>
35. Sánchez Azor, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio*.
36. StartupGuide. (2018). *ionos*. Obtenido de <https://www.ionos.mx/startupguide/productividad/circulo-de-deming/>
37. UNIT. (2009). *Herramientas para la Mejora de la Calidad*. Uruguay: Instituto Uruguayo de Normas Técnicas.
38. Unterreiner , J., & Gisbert Soler, V. (2019). Pequeñas y medianas empresas y la norma ISO 9001. *3C tecnologia*, 84-97.
39. Villavicencio, G. F. (2008). *Teoría del método Deming*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
40. Zapata, A. (2016). *Ciclo de la calidad PHVA*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.