



***GUIA CAF 2013
PARA LA REALIZACION DEL AUTODIAGNOSTICO***

NOMBRE DE INSTITUCIÓN

Pro Consumidor

FECHA

Abril 2019

MODELO CAF. EL MARCO COMÚN DE EVALUACIÓN.

Presentación

El documento que se presenta ha sido elaborado para que sirva de instrumento facilitador del proceso de auto evaluación con el Modelo CAF en organizaciones e instituciones del sector público.

El Modelo CAF (*Common Assessment Framework*), el Marco Común de Evaluación, es el resultado de la cooperación de los Estados Miembros de la Unión Europea y se presenta como una herramienta para ayudar a las organizaciones del sector público interesadas en la implementación y utilización de técnicas de gestión de calidad total para mejorar su rendimiento. Como Modelo de Excelencia, ofrece un marco sencillo y fácil de usar, idóneo para realizar un auto evaluación de las organizaciones del sector público que inician el camino de la mejora continua y el desarrollo de una cultura de calidad.

Con la finalidad de que este ejercicio de auto evaluación sea fácilmente realizado por las organizaciones públicas, se ha elaborado este Guía, que aborda el análisis de la organización a la luz de los 9 criterios y 28 subcriterios del CAF, a través de una serie de ejemplos cuya interpretación conduce a la identificación de los puntos fuertes y las áreas de mejora de la organización.

A partir de los puntos fuertes y áreas de mejora identificados en cada uno de los ejemplos y avalado por una Memoria elaborada por el Equipo Evaluador Interno de cada institución participante, puede medirse el nivel de excelencia alcanzado, a través del panel de valoración propuesto por la metodología CAF y que será utilizado por el Equipo Evaluador Externo para fines del Premio Nacional a la Calidad en el Sector Público.

Más allá del objetivo de participación en el certamen, la aplicación periódica del autodiagnóstico a una organización proporciona un medio idóneo para alcanzar un consenso sobre aquello que es preciso mejorar en la organización, la identificación de buenas prácticas y la oportunidad de compartirlas con otras organizaciones autoevaluadas con el Modelo CAF (*benchlearning*).

Permite, además, a las organizaciones públicas emprender acciones de mejora concretas para elevar los niveles de calidad en la prestación de los servicios públicos a los ciudadanos y ofrece un medio para medir el progreso en el tiempo de los resultados de estas acciones.

Este documento ha sido elaborado por el Comité del Premio Nacional a la Calidad y Reconocimiento a las Prácticas Promisorias del Ministerio de Administración Pública (MAP), tomando como base los ejemplos que aparecen en la versión 2013 del Modelo CAF.

Esta edición del Modelo CAF 2013 es una traducción autorizada realizada por el Departamento de Calidad de los Servicios de la Agencia Estatal de la Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios (AEVAL) de España.

La primera versión de esta guía se elaboró en el año 2005 bajo la asesoría de María Jesús Jimenez de Diego, Evaluadora Principal del Departamento de Calidad de la AEVAL. Santo Domingo, agosto de 2013.

INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR ESTA GUIA.

Evaluación Individual.

- Antes de iniciar el trabajo de evaluación, revise el documento informativo sobre el Modelo CAF que aparece en esta misma página Web. Esto le ayudará a comprender mejor la definición de criterios y subcriterios y le aclarará dudas respecto a algunos conceptos que aparecen en la guía.
- Trabaje un criterio a la vez.
- Lea cuidadosamente y asegúrese de entender exactamente el contenido del ejemplo antes de escribir.
- Relate en la columna Puntos Fuertes, los avances registrados por su organización con respecto a lo planteado en el ejemplo en cuestión.

Incluya evidencias. Asegúrese de recopilar toda la documentación de que dispone la organización que pueda ser mostrada como evidencia del avance a que se hace referencia en la columna.

- Escriba en la columna Área de Mejora cuando la organización muestre poco o ningún avance en el tema objeto del ejemplo.
- En este caso, el enunciado debe estar formulado en forma negativa: “No existe”, “No se ha realizado”.
- Evite formular propuestas de mejora. **DEBE LIMITARSE A ESCRIBIR UN ENUNCIADO NEGATIVO.**
- En casos en que la organización muestre avances parciales en el tema, señalar las evidencias en la primera columna y complete en la columna Áreas de mejora lo referente a lo que aún no ha realizado.
- Antes de pasar a la sesión de consenso con el resto del Equipo Auto-Evaluador, asegúrese de haber completado la información relativa a todos los criterios y subcriterios.

CRITERIOS FACILITADORES

CRITERIO I: LIDERAZGO

Considerar qué están haciendo los líderes de la organización para:

SUBCRITERIO I.1. Dirigir la organización desarrollando su misión visión y valores.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Formular y desarrollar la misión y la visión de la organización, implicando a los grupos de interés y empleados.</p> <p>2. Establecer un marco de valores alineado con la misión y la visión de la organización, respetando el marco general de valores del sector público.</p> <p>3. Asegurar una comunicación de la misión, visión, valores, objetivos estratégicos y operativos más amplia a todos los empleados de la organización y a todos los grupos de interés.</p>	<p>La institución tiene formuladas y desarrolladas su misión y visión implicando a sus empleados y grupos de iinteres.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan estratégico 2017-2020. ➤ Informes de reuniones con el personal y con la Junta Directiva. ➤ Listados, programas y convocatorias <p>El Plan Estratégico que contiene la Misión, Visión, está alineado con el marco de valores del sector Publico, véase primera parte del PE.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan estratégico 2017-2020. ➤ Informes de reuniones con el personal y con la Junta Directiva. ➤ Se ha asegurado que los diversos grupos de interés tengan acceso a la Misión, Visión de Pro Consumidor Se le hace entrega a cada empleado del Código de ética institucional de forma electrónica, correo confirmando él envió, todas las semanas el Comité de Ética Institucional sube al boletín interno un valor ético y lo analiza. 	

<p>4. Revisar periódicamente la misión, visión y valores, reflejando tanto los cambios de nuestro entorno externo, (por ejemplo: políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos (el análisis PEST) como demográficos.</p> <p>5. Desarrollar un sistema de gestión que prevenga comportamientos no éticos, a la vez que apoye al personal que trata dilemas éticos; dilemas que aparecen</p>	<p>➤ El proceso de inducción al nuevo personal incluye los principales valores éticos contenidos en el Código de Ética Institucional.</p> <p>La Coordinadora del Código de Ética participa en el proceso de inducción de nuevo personal.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pág. WEB de Pro Consumidor. ➤ Cuadros de la declaración de Misión, Visión. ➤ La Misión forma parte del carnet de cada empleado. ➤ Se encuentra descrito como parte del proceso de inducción del personal que se integra a la institución. ➤ Taller de socialización Misión, Visión, con convocatoria, fotos y listados. ➤ Envío documento desde el Departamento de RRHH a cada correo del personal. <p>En el marco de la formulación del nuevo Plan Estratégico, fueron actualizadas las estrategias y se realizó un análisis de coyuntura con la técnica FODA.</p> <p>No se consideró necesario la actualización de la Misión y Visión institucional.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan estratégico 2017-2020. ➤ Registro de participantes. <p>Se evidencia el desarrollo de un sistema de gestión que prevenga el comportamiento no ético.</p>	
--	--	--

<p>cuando distintos valores de la organización entran en conflicto.</p> <p>6. Gestionar la prevención de la corrupción, identificando potenciales áreas de conflictos de intereses y facilitando directrices a los empleados sobre cómo enfrentarse a estos casos.</p> <p>7. Reforzar la confianza mutua, lealtad y respeto entre líderes/directivos/empleados (por ejemplo: monitorizando la continuidad de la misión, visión y valores y reevaluando y recomendando normas para un buen liderazgo).</p>	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formulación del Código de Ética. ➤ Proceso de socialización del Código de Ética con todos los Colaboradores de Pro Consumidor. ➤ Campaña permanente de todos los valores éticos contemplados en el Código de Ética. ➤ Instructivo para la entrega del Código de Ética a los Proveedores de Productos y Servicios a Pro Consumidor. <p>La institución gestiona la prevención de la corrupción facilitando directrices a los empleados.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Charla con Representantes del Comité de Ética, sobre conflictos de intereses y cómo enfrentarlos, comunicación de solicitud de charlista del Comité de Ética, convocatoria personal, fotos. ➤ Se cuenta con un buzón para depositar quejas, sugerencias y opiniones de los empleados sobre la gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No se han realizado encuesta interna sobre valoración de las acciones éticas institucionales. <ul style="list-style-type: none"> ➤ No se cuenta con un sistema de respuesta para los criterios emitidos en el buzón de ética. ➤ No se cuentan con normas para el buen liderazgo. ➤ No se han realizado cursos de liderazgo. ➤ No se cuenta con un sistema sistemático de encuestas que valore el nivel de identificación institucional y que monitoree
---	--	---

		la misión institucional de forma permanente.
--	--	--

SUBCRITERIO I.2. Gestionar la organización, su rendimiento y su mejora continua

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Definir estructuras de gestión adecuadas (niveles, funciones, responsabilidades y competencias) y asegurar un sistema de gestión por procesos y alianzas, acorde a la estrategia, planificación, necesidades y expectativas de los grupos de interés.</p> <p>2. Identificar y fijar las prioridades de los cambios necesarios relacionados con la estructura, el desempeño y la gestión de la organización.</p> <p>3. Definir resultados cuantificables e indicadores de objetivos para todos los niveles y áreas de la organización, equilibrando las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés, de acuerdo con las necesidades diferenciadas de los clientes (por ejemplo perspectiva de género, diversidad).</p> <p>4. Desarrollar un sistema de gestión de la información, con aportaciones de la gestión de riesgos, el sistema</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pro Consumidor cuenta con un Manual de Cargos, Manual de Funciones presentado al MAP. ➤ Se cuenta con la Resolución por parte de la MAP sobre la nueva estructura sometida por el MAP. ➤ Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Borrador Manual de Cargos. ➤ Manual de Funciones. ➤ Resolución de la MA sobre la nueva estructura. ➤ Carta de envío de dichos documentos al MAP. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Correos revisión estructura a RRHH. ➤ Resolución nueva Estructura. ➤ Resoluciones sobre cambios departamentales. <p>El Plan Operativo contiene los indicadores para cada objetivo descrito.</p> <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan Operativo en armonía con el PE. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se cuenta con la Matriz de Riesgo. 	<p>No hay matriz de expectativas de todos los grupos de interés vinculados.</p> <p>No se ha realizado el Cuadro de Mando Integral.</p>

<p>de control interno y la permanente monitorización de los logros estratégicos y de los objetivos operativos de la organización (por ejemplo: Cuadro de Mando Integral, conocido también como “Balanced Scorecard”).</p> <p>5. Aplicar los principios de GCT e instalar sistemas de gestión de la calidad o de certificación como el CAF, el EFQM o la Norma ISO 9001.</p> <p>6. Formular y alinear la estrategia de administración electrónica con la estrategia y los objetivos operativos de la organización.</p>	<p>➤ Se cuenta con un Sistema de Control Interno, fundamento en NOBACI.</p> <p>En proceso certificación para la Norma ISO 1720.</p> <p>En proceso sistema de gestión de la calidad ISO 9001.</p> <p>Evidencias: convocatorias a actividades educativas, informe de resultado actividades, listados de participación, fotos, contratación de facilitadores y consultores, coordinación con instituciones para solicitar facilitación de cursos.</p> <p>Pro Consumidor desarrolla una serie de aplicativos electrónicos y APP que permiten agilizar los servicios institucionales y que forman parte del Gobierno Digital, por lo tanto pueden ser consultados desde cualquier región del país.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proco App <p>Portal WEB, manejo de Redes Sociales,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementación y Seguimiento a Programas y Herramientas tecnológicas. ➤ Desarrollo de herramienta Pro Concilia. ➤ Diseño y seguimiento a la arquitectura tecnológica institucional. ➤ Implementación del sistema de turnos servicios al usuario. 	<p>No se evidencia la instalación de sistemas de gestión de la calidad.</p> <p>No hay un mapa estratégico de Pro Consumidor Digital.</p>
---	---	--

<p>7. Generar condiciones adecuadas para los procesos y la gestión de proyectos y el trabajo en equipo.</p> <p>8. Crear condiciones para una comunicación interna y externa eficaz, siendo la comunicación uno de los factores críticos más importante para el éxito de una organización.</p> <p>9. Demostrar el compromiso de los líderes/ directivos hacia la mejora continua y la innovación promoviendo la cultura de innovación, así como la mejora continua y por lo tanto fomentar la retroalimentación de los empleados.</p> <p>10. Comunicar lo que motiva las iniciativas del cambio y sus efectos esperados a los empleados y grupos de interés relevantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa de apoyo a la Interconexión regional. ➤ Portal cautivo con autenticación de redes sociales. ➤ SIDIP: Simulador de investigación de Precios. <p>Reuniones permanentes de la Dirección Ejecutiva con el equipo de Encargados Puntualmente la DE realiza reuniones con todo el personal de Pro Consumidor.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Convocatorias de reuniones ➤ Informes de reuniones ejecutivas ➤ Fotos y Listados <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Boletín Digital ➤ Murales institucionales ➤ Metodología de información interna y externa <p>Orientación de la DE a la certificación del Cuerpo de Inspectores con la Norma ISO Nordom I 720 y ISO 9001.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicaciones internas ➤ Programación de cursos para la acreditación ➤ Contratación de Facilitadores externos ➤ Listado de participantes ➤ Evaluaciones de eventos y talleres, fotos <p>Reunión de la DE motivando a todos/as a apoyar el proceso de certificación ISO 1720.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta del Plan de Comunicación Interno. ➤ Falta desarrollar Procedimiento de Gestión del Cambio y Comunicación. Y falta la Matriz de Comunicación.
--	---	---

SUBCRITERIO 1.3. Motivar y apoyar a las personas de la organización y actuar como modelo de referencia.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Predicar con el ejemplo, actuando personalmente en consonancia con los objetivos y valores establecidos.</p> <p>2. Promover una cultura de confianza mutua y de respeto entre líderes y empleados, con medidas proactivas de lucha contra todo tipo de discriminación.</p> <p>3. Informar y consultar de forma periódica a los empleados asuntos claves relacionados con la organización.</p> <p>4. Apoyar a los empleados en el desarrollo de sus tareas, planes y objetivos para impulsar la consecución de los objetivos generales de la organización.</p> <p>5. Proporcionar retroalimentación a todos los empleados, para mejorar el desempeño tanto grupal (de equipos) como individual.</p> <p>6. Animar, fomentar y potenciar a los empleados, mediante la delegación de autoridad, responsabilidades y competencias, incluso en la rendición de cuentas.</p>	<p>Ha predicado con el ejemplo los objetivos y valores establecidos.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de Ética Pro Consumidor ➤ Manual de Inducción y Manual de Políticas de RRHH. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de Ética TSS . ➤ Campaña interna de las políticas de RRHH. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Correo Internos, Boletín interno ➤ Publicación de informes y Estadísticas. Charlas de sensibilización. ➤ Intranet Pro Consumidor. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan de Capacitación y Adiestramiento de RRHH. ➤ Evaluación del Desempeño. ➤ Diagnóstico de Necesidades de Capacitación. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicación novedades Incidentes críticos positivos y negativos. ➤ Correos de felicitación y llamado de atención. ➤ Evaluación del Desempeño. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan Operativo anual ➤ Planes de los diferentes departamentos. 	

<p>7. Promover una cultura del aprendizaje y animar a los empleados a desarrollar sus competencias.</p> <p>8. Demostrar la voluntad personal de los líderes de recibir recomendaciones/ propuestas de los empleados, facilitándoles una retroalimentación constructiva.</p> <p>9. Reconocer y premiar los esfuerzos tanto individuales como de equipos de trabajo.</p> <p>10. Respetar y responder a las necesidades y circunstancias personales de los empleados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informes mensuales ➤ Informes semestrales ➤ Informe anual <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diagnóstico de Necesidades de Capacitación. ➤ Plan de Capacitación y Adiestramiento. ➤ Licencia de estudio ➤ Movilización interna de acuerdo a disponibilidad institucional a cambio de estatus educativo. <p>Informes de las reuniones de la DE con los Encargados de Departamentos. Evidencias convocatorias a reuniones, informes de encargados, listados de participantes.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reconocimiento Empleado y a equipos de empleados que participan en concursos de campañas de la institución. ➤ Incentivo por Evaluación del Desempeño. ➤ Incentivos a los empleados por fechas extraordinarias de la institución. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Solicitudes de Licencias con o sin disfrute de salario. ➤ Permisos. ➤ Atención a necesidades de personal con condiciones especiales. ➤ Como máquinas con lenguaje de ciegos. ➤ Acceso a personas con condiciones especiales. 	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención a situaciones particulares de salud del personal siempre atento al mandato de la ley, pero con atención a los casos especiales ➤ Respeto e inclusión a personal con diferencias y preferencias particulares. 	
--	--	--

SUBCRITERIO I.4. Gestionar relaciones eficaces con las autoridades políticas y otros grupos de interés.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un análisis de las necesidades de los grupos de interés, definiendo sus principales necesidades, tanto actuales como futuras y compartir estos datos con la organización. 2. Ayudar a las autoridades políticas a definir las políticas públicas relacionadas con la organización. 3. Identificar las políticas públicas relevantes para la organización e incorporarlas a la organización. 	<p>Ha desarrollado un análisis de las necesidades futuras de la organización.</p> <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Matriz de necesidades de capacitación y otros intereses del personal. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación en mesas de definición de políticas públicas con el Ministerio de la Presidencia y el gabinete de políticas sociales a fin de definir políticas particulares de protección a los derechos de los consumidores. ➤ Convocatoria, listado de participación, propuestas institucional <p>En Materia de Políticas Públicas el gobierno procura lograr mercados competitivos en el lado de la oferta a través de políticas de competencia destinadas a garantizar tanto equilibrio económico como impedir que la concentración del mercado perjudique los intereses de la parte productiva, ni de la</p>	

<p>4. Comprobar que los objetivos y metas para productos y servicios ofrecidos por la organización están alineados con las políticas públicas y las decisiones políticas y llegar acuerdos con las autoridades políticas acerca de los recursos necesarios.</p> <p>5. Involucrar a los políticos y otros grupos de interés en el desarrollo del sistema de gestión de la organización.</p>	<p>parte de consumidores, además de que se garantice sanciones legales efectivas en contra de fraudes, conductas engañosas y confabulación entre los proveedores. Las Políticas Públicas de consumidores garantizan tanto la prevalencia de los derechos de consumidores como, como control de la calidad de los productos en el mercado y acompañamiento a reclamaciones de los consumidores y promoción de buenas prácticas comerciales y esto lo hace a través de Pro Consumidor. Evidencias: Todas las acciones de Pro Consumidor: Conciliaciones, servicios, educación a consumidores y promoción de buenas prácticas comerciales, Memorias, publicaciones, ruedas de prensa.</p> <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación a presidencia de los indicadores positivos de pro Consumidor a fin de solicitud de incremento de presupuesto con la finalidad de incrementar y mejorar los servicios institucionales. ➤ POA 2019. ➤ PE 2017-2020. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reuniones con representantes de otras instituciones y con líderes de organizaciones a fin de definir acuerdos de corresponsabilidad en pos de los derechos de los consumidores. ➤ Buzón de sugerencias. ➤ Cuestionario directo de satisfacción de usuarios. 	<p>Falta de la encuesta de satisfacción con los grupos de interés y falta de encuesta general de satisfacción sobre la percepción general de la calidad de los servicios.</p>
--	--	---

<p>6. Mantener relaciones periódicas y proactivas con las autoridades políticas desde las áreas ejecutivas y legislativas adecuadas.</p> <p>7. Desarrollar y mantener alianzas y trabajos en red con grupos de interés importantes (ciudadanos, Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), grupos de presión y asociaciones profesionales, industrias, otras autoridades públicas, etc.).</p>	<p>➤ Cuestionario en línea sobre opinión de la calidad de los servicios.</p> <p>Evidencia: Agenda de la DE.</p> <p>Evidencias: -</p> <p>➤ Se evidencia que la organización mantiene relaciones periódicas con las autoridades políticas desde las áreas ejecutivas y legislativas adecuadas;</p> <p>➤ Solicitud de citas, comprobación de citas, fotos, informes de seguimiento a temas.</p> <p>➤ Se muestra la promoción de acciones conjuntas con diversas organizaciones e instituciones creando mesas de trabajo interinstitucionales (convenios, reuniones, comunicaciones, imágenes, publicaciones, ruedas de prensa);</p> <p>➤ Se evidencia que la institución promueve la participación institucional en escenarios donde se definen políticas públicas y se toman decisiones. (informes de participación en comités técnicos, propuestas presentadas);</p> <p>➤ -Se muestra la relación de las autoridades con instituciones y entes sectoriales, tales como, MSP, MAP, MICM, MEPYD, MOPC, MA,</p>	
--	---	--

<p>8. Participar en las actividades organizadas por asociaciones profesionales, organizaciones representativas y grupos de presión.</p> <p>9. Construir y promover el conocimiento público, reputación y reconocimiento de la organización y sus servicios.</p> <p>10. Desarrollar un concepto específico de marketing para productos y servicios, que se centre en los grupos de interés.</p>	<p>MIMARENA, MH, MINPRE, MIREX, DIGEPRES, CONTRALORÍA, INDOCAL, ONE, OPTIC, FEDOMU, IDAC, DGA, ODAC, LAVECEN, IIBI, CAASD, PROTECOM, CNE, CDEEE, EDES, DIDA, INDOTEL, DIGEIG, JAC, CECCOM, ADESS;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ -Se han desarrollado alianzas con diversos grupos de interés e instituciones: Universidades, 12 Hospitales y Patología Forense, CODIA, CARD, CMD, INFOTEP, Asociación Abogados Santiago, Organizaciones de Consumidores, PROSOLI, JAD, ACOPROVI, CEDAF (Acuerdos, programas ejecutados en conjunto); <p>Evidencia: Se evidencia la participación de la organización en actividades de asociaciones profesionales, organizaciones representativas y grupos de interés. (Fotos, informes, designaciones internas, reseñas periodísticas);</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicaciones en nuestra página Web. Publicaciones en el periódico. ➤ Proceso Carta compromiso al Ciudadano. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicaciones en nuestra página Web. ➤ Participación en Redes sociales. 	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respuesta de la ciudadanía de consumidores a través de redes sociales. ➤ Posicionamiento de Pro Consumidor con altos rating de popularidad y aceptación en el marco de las instituciones públicas DIGEPRES. 	
--	--	--

CRITERIO 2: ESTRATEGIA Y PLANIFICACION

Considerar lo que la organización está haciendo para:

SUBCRITERIO 2.1. Reunir información sobre las necesidades presentes y futuras de los grupos de interés así como información relevante para la gestión.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar a todos los grupos de interés relevantes y comunicar los resultados a la organización en su conjunto. 2. Recopilar, analizar y revisar de forma sistemática la información sobre los grupos de interés, sus necesidades y expectativas y su satisfacción. 3. Recopilar, analizar y revisar de forma periódica la información relevante sobre variables político- legales, socio-culturales, medioambientales, económicas, tecnológicas, demográficas, etc. 	<p>La organización recopila, analiza y revisa de forma sistemática la información.</p> <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proceso de análisis sobre estado de situación de las Organizaciones de consumidores, Desarrollado con Proyecto coordinado con Ministerio de Industria y Comercio y con apoyo de la Unión Europea. <p>Evidencia:</p> <p>Sondeos realizados sobre la intención de comportamiento de compra de la sociedad dominicana tomando en cuenta datos socios demográficos y económicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta el Procedimiento de Gestión de Partes Interesadas. ➤ Falta la Matriz de Análisis de las Expectativas de las Partes Interesadas. <p>Falta la aplicación de diferentes encuestas como la Encuesta de Satisfacción Telefónica, Encuesta de Satisfacción personalizada, Encuesta de servicio de la OAI, Encuesta de Clima Laboral, Encuesta de Credibilidad y Transparencia, Buzón de Sugerencias</p>

<p>4. Recopilar de forma sistemática información relevante de gestión, como información sobre el desempeño/desarrollo de la organización.</p> <p>5. Analizar de forma sistemática las debilidades y fuerzas internas (por ejemplo con un diagnóstico GCT con CAF o EFQM) incluyendo oportunidades y amenazas (por ejemplo: análisis FODA, gestión de riesgos).</p>	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Informes de Gestión mensuales, semestrales y Memoria anual. ➤ Encuesta de satisfacción de usuario ➤ Buzones para quejas reclamaciones y opiniones de los ciudadanos que reciben servicios. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ FODA ➤ Gestión de Riesgos con ➤ Evaluación CAF ➤ Evaluación NOBACI 	<p>general, Buzón de Sugerencias del Portal WEB., Formulario de quejas y sugerencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta el Sistema de respuesta a las opiniones de los ciudadanos que reciben los servicios.
--	--	--

SUBCRITERIO 2.2. Desarrollar la estrategia y la planificación, teniendo en cuenta la información recopilada.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Traducir la misión y visión en objetivos estratégicos (largo y mediano plazo) y operativos (concretos y a corto plazo) y acciones basadas en un profundo análisis de riesgos.</p> <p>2. Involucrar los grupos de interés en el desarrollo de la estrategia y de la planificación, equilibrando y dando prioridad a sus expectativas y necesidades.</p> <p>3. Evaluar las tareas existentes en cuanto a productos y servicios facilitados (outputs) e impacto – los efectos conseguidos en la sociedad – (outcomes) y la calidad de los planes estratégicos y operativos.</p>	<p>La misión, visión y objetivos estratégicos se ha traducido en el plan estratégico y operativo de la organización.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan Estratégico 2017-2020 ➤ Plan Operativo 2018 <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Evidencia levantamiento del FODA. <p>A través de los informes de resultados se evalúan las tareas en cuando el servicio que ofrece la organización.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Informe de resultados mensual, semestral, anual 	

<p>4. Asegurar la disponibilidad de recursos para desarrollar y actualizar la estrategia de la organización.</p> <p>5. Equilibrar las tareas y los recursos, las presiones sobre el largo y corto plazo y las necesidades de los grupos de interés.</p> <p>6. Desarrollar una política de responsabilidad social e integrarla en la estrategia y planificación de la organización.</p>	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan Estratégico 2017-2020s ➤ Plan Operativo 2018 ➤ Solicitud de presupuesto <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación Pro Consumidor en el Punto GOB de la OPTIC y en ➤ Gobierno Digital <p>Evidencias: en procesos diseño de un Proyecto de Responsabilidad Social de Pro Comunidad.</p> <p>Proyecto Responsabilidad Social Pro consumidor: El Sector Los Praditos una Comunidad que promueve el consumo responsable.</p>	<p>No evidencia.</p>
--	---	----------------------

SUBCRITERIO 2.3. Comunicar e implementar la estrategia y la planificación en toda la organización y revisarla de forma periódica.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Implantar la estrategia y la planificación mediante la definición de las prioridades, estableciendo el marco temporal, los procesos, proyectos y estructura organizativa adecuados. 2. Traducir los objetivos estratégicos y operativos de la organización a sus correspondientes planes y tareas para las unidades y todos los individuos de la organización. 3. Desarrollar planes y programas con objetivos con objetivos y resultados para cada unidad, con indicadores que establezcan el nivel de cambio a conseguir (resultados esperados). 4. Comunicar de forma eficaz los objetivos, planes y tareas para su difusión dentro de la organización. 5. Desarrollar y aplicar métodos para la monitorización, medición y/o evaluación periódica de los logros de la organización a todos los niveles (departamentos, funciones y organigrama), para asegurar la implementación de la estrategia. 6. Desarrollar y aplicar métodos de medición del rendimiento de la organización a todos los niveles en términos de relación entre la “producción” (productos/ servicios y resultados) (eficacia) y entre productos/ servicios e impacto (eficiencia). 7. Evaluar las necesidades de reorganización y mejorar las estrategias y métodos de planificación, involucrando los grupos de interés. 	<p>La organización prioriza la planificación a través de:</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan Estratégico 2017/2020 ➤ Plan Operativo 2018 <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan Operativo 2018 ➤ Definición de objetivos operativos en armonía con el Plan Estratégico <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Listado de los indicadores definidos para cada objetivo. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Correos electrónicos de convocatoria a socializar el PE, el POA, y los Objetivos estratégicos ➤ Boletín interno ➤ INTRANET <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de Funciones ➤ Manual de Cargos ➤ Fichas de Procesos e Indicadores 	<p>No existen indicadores de producción que midan (productos/ servicios y resultados: Eficacia. No existen indicadores que midan los productos, servicios e impacto: eficiencia.</p> <p>No se han realizado las Encuesta a los diferentes grupos de interés que presente sus propuestas sobre cómo mejorar las estrategias y métodos de</p>

		planificación como: encuesta personalizada., Encuesta de Credibilidad y Transparencia, Encuesta de Satisfacción vía telefónica, Encuesta de Clima Organizacional.
--	--	---

SUBCRITERIO 2.4. Planificar, implantar y revisar la innovación y el cambio.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>I. Crear y desarrollar una cultura para la innovación a través de la formación, el benchlearning y la creación de laboratorios del conocimiento.</p>	<p>Crea y desarrolla una cultura para la innovación a través de la formación.</p> <p>Evidencias: En el mes de Junio Pro Consumidor fue sede de dos importantes eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El Taller Internacional de Seguridad de Productos de Consumo junto con la Organización de Estados Americanos (OEA) ➤ Y la “Conferencia Anual del Programa COMPAL III” junto con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD). <p>Ambos eventos fueron de significativa importancia tanto para el país como para Pro Consumidor ya que se presentaron experiencias positivas sobre la seguridad de los productos de consumo y sobre últimos avances que en materia de protección de los derechos del consumo presento la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) a través de la COMPAL III. En ambos eventos participaron delegados de instituciones homólogas de Pro Consumidor de los</p>	<p>No se ha realizado a nivel local no se ha realizado Benchmarking. con otras instituciones públicas, en el ámbito internacional no se han realizado mediciones y comparaciones de los productos con las otras instituciones homólogas en otros países.</p>

	siguientes países: Chile, Costa Rica, Colombia, Panamá, México, Perú, Suiza, Bolivia, El Salvador, Nicaragua, Paraguay, País Vasco (España), Honduras, Guatemala, Ecuador, Brasil, Bolivia.	
2. Monitorizar de forma sistemática los indicadores internos para el cambio y de la demanda externa de innovación y cambio.		No están diseñados los indicadores sobre innovación y cambio en base a la demanda externa y su Cuadro de Mando de indicadores.
3. Debatir sobre la innovación y la modernización planificada y su implementación con los grupos de interés relevantes.		Faltan consensuar para con los Grupos de Interés la planificación institucional y su implementación.
4. Asegurar la implantación de un sistema eficiente de gestión del cambio. (Por ejemplo: gestión por proyectos, benchmarking, benchlearning, proyectos pilotos, monitorización, informes de progreso, implementación del PDCA, etc.).	<p>Orientación de la DE a la certificación del Cuerpo de Inspectores con la Norma ISO Nordom I 720 y ISO 9001.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicaciones internas ➤ Programación de cursos para la acreditación ➤ Contratación de Facilitadores externos ➤ Listado de participantes <p>Evaluaciones de eventos y talleres, fotos</p>	
5. Asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios para la implementación de los cambios planificados.	La organización dispone los recursos para la implementación de los cambios planificados Evidencia: POA 2018	
6. Establecer el equilibrio entre un enfoque para el cambio de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba.		Falta diseñar el Procedimiento de Manejo de Cambios y Comunicación del Sistema de Gestión Integrado de la TSS.
7. Promover el uso de herramientas de administración electrónica para aumentar la eficacia de la prestación de servicios y para mejorar la transparencia y la interacción entre la organización y los ciudadanos/clientes.	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uso de redes, ➤ Proco APP ➤ SIDIP ➤ Pro Concilia 	

CRITERIO 3: PERSONAS

Considerar lo que hace la organización para:

SUBCRITERIO 3.1. Planificar, gestionar y mejorar los recursos humanos de acuerdo a la estrategia y planificación de forma transparente.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Analizar periódicamente las necesidades actuales y futuras de recursos humanos, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los grupos de interés y de la estrategia de la organización.</p> <p>2. Desarrollar e implementar una política de gestión de recursos humanos, basada en la estrategia y planificación de la organización, teniendo en cuenta las competencias necesarias para el futuro, así como criterios sociales (por ejemplo: flexibilidad de horario, permiso de paternidad y maternidad, excedencias, igualdad de oportunidades, diversidad cultural y género, inserción laboral de personas con discapacidad).</p> <p>3. Asegurar que las capacidades de las personas (selección, asignación, desarrollo) son las adecuadas para desarrollar la misión, así como que las tareas y responsabilidades están correctamente repartidas.</p>	<p>La organización analiza periódicamente las necesidades actuales y futuras de recursos humanos.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ POA 2017-2018➤ Planificación de RRHH trimestral <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Manual de Política de RRHH➤ Manual de Inducción <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Manual de Funciones➤ Manual de Cargo➤ Resolución aprobación estructura➤ Aplicación de Diagnóstico de Necesidades de Capacitación.	<p>Falta la evidencia de convocatoria a Concursos internos y Concursos externos.</p>

<p>4. Desarrollar e implementar una política clara de selección, promoción, remuneración, reconocimiento, recompensa y asignación de funciones de gestión, con criterios objetivos.</p> <p>5. Apoyar la cultura del desempeño (por ejemplo, implementando un esquema de remuneración/reconocimiento transparente, basado en resultados conseguidos de forma individual y en equipo).</p> <p>6. Utilizar perfiles de competencia y descripciones de puestos y funciones para a) seleccionar y b) para los planes de desarrollo personal, tanto para empleados como para directivos.</p> <p>7. Prestar especial atención a las necesidades de los recursos humanos, para el desarrollo y funcionamiento de los servicios on-line y de administración electrónica (por ejemplo: ofreciendo formación e infraestructura).</p> <p>8. Gestionar el proceso de selección y el desarrollo de la carrera profesional con criterios de justicia, igualdad de oportunidades y atención a la diversidad (por ejemplo: género, orientación sexual, discapacidad, edad, raza y religión).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa de Capacitación. ➤ Aplicación de pruebas psicométricas durante el proceso de reclutamiento. ➤ Levantamiento de perfiles. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de Políticas de RRHH y DO. ➤ Procedimiento de Reclutamiento y Selección. ➤ Manual de Cargos <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de Evaluación de Desempeño ➤ Programa de Reconocimiento. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de Funciones ➤ Manual de Cargo 	<p>Falta un Programa de Reconocimiento interno.</p> <p>alta la ejecución de Concursos internos.</p> <p>Falta un Programa de Capacitación sobre servicios on- line como campos de estrategias virtuales.</p> <p>Faltan los Concursos Internos y externos.</p>
---	--	--

SUBCRITERIO 3.2. Identificar, desarrollar y aprovechar las capacidades de las personas en consonancia con los objetivos tanto individuales como de la organización.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
----------	--------------------------------------	-----------------

1. Identificar las capacidades actuales de las personas, tanto en el plano individual como organizativo, en términos de conocimiento, habilidades y actitudes y compararlas sistemáticamente con las necesidades de la organización.		Falta un procedimiento para el Levantamiento de perfiles y falta realizar un Diccionario de competencia en habilidades.
2. Debatar, establecer y comunicar una estrategia para desarrollar capacidades. Esto incluye un plan general de formación basado en las necesidades actuales y futuras de la organización y de las personas.	Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa de Capacitación ➤ Diagnóstico de Necesidades de Capacitación 	
3. En línea con la estrategia desarrollar, consensuar y revisar planes de formación y planes de desarrollo para todos los empleados y/o equipos, incluyendo la accesibilidad a los mismos para los trabajadores a tiempo parcial y los trabajadores con permiso de maternidad/paternidad. El plan de desarrollo personal de competencias debería formar parte de una entrevista de desarrollo laboral, ofreciendo así un espacio donde ambas partes puedan retroalimentarse y compartir expectativas.	Pro Consumidor desarrollo un proceso de capacitación a todos los niveles con todos los empleados de acuerdo a áreas de competencia, necesidades detectadas en el diagnóstico y proyección de necesidades de competencia de la institución. Evidencias: listado de cursos realizados, convocatorias, evaluaciones de los participantes, programas.	No se ha realizado una entrevista de desarrollo laboral, para un espacio de retroalimentarse y compartir expectativas.
4. Desarrollar habilidades gerenciales y de liderazgo así como competencias relacionales de gestión relativas a las personas de la organización, los ciudadanos/clientes y los socios/colaboradores.	Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Curso-taller supervisión y liderazgo ➤ Manejo efectivo del tiempo. 	
5. Liderar (guiar) y apoyar a los nuevos empleados (por ejemplo, por medio del acompañamiento individualizado (coaching), la tutoría o la asignación de un mentor).	Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de inducción. ➤ Formulario de Inducción. ➤ Formulario evaluación de la Inducción. 	
6. Promover la movilidad interna y externa de los empleados.	Evidencia: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cartas de traslado. 	
7. Desarrollar y promover métodos modernos de formación (por ejemplo, enfoques multimedia, formación en el puesto de trabajo, formación por medios electrónicos [e-learning], uso de las redes sociales).		No existen evidencias respecto a cursos en el periodo de enfoques multimedia, formación en el puesto de trabajo, formación por medios electrónicos [e-learning], uso de las redes sociales).
8. Planificar las actividades formativas y el desarrollo de	Evidencias:	

técnicas de comunicación en las áreas de gestión de riesgos, conflictos de interés, gestión de la diversidad, enfoque de género y ética.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del Código de Ética ➤ Campaña de Conflictos de interés ➤ Campaña de ética a través del intranet y de boletín electrónico interno. ➤ En la institución hay personas con diversidades las cuales no fueron impedimento para su contratación. 	
9. Evaluar el impacto de los programas de formación y desarrollo de las personas y el traspaso de contenido a los compañeros, en relación con el costo de actividades, por medio de la monitorización y del el análisis costo/beneficio.	Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formulario Evaluación de la Capacitación. ➤ Informe general de evaluaciones de todas las actividades de capacitación desarrolladas. 	
10. Revisar la necesidad de promover carreras para las mujeres y desarrollar planes en concordancia.	Evidencia: <ul style="list-style-type: none"> ➤ La mayor cantidad de empleados de la Pro Consumidor son mujeres y muchas de estas tienen puestos de dirección. 	

SUBCRITERIO 3.3. Involucrar a los empleados por medio del diálogo abierto y del empoderamiento, apoyando su bienestar.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
1. Promover una cultura de comunicación abierta, de diálogo y de motivación para el trabajo en equipo.	<p>A través de las memorias e informe se promueve la comunicación y el trabajo en equipo.</p> <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ayuda a la Memoria e informes. 	
2. Crear de forma proactiva un entorno que propicie la aportación de ideas y sugerencias de los empleados y desarrollar mecanismos adecuados (por ejemplo, hojas de sugerencias, grupos de trabajo, tormenta de ideas (brainstorming)).	<p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Convocatoria a Mesas de trabajo entre departamentos, informes, listados. 	No existen Buzones de sugerencias internas.
3. Involucrar a los empleados y a sus representantes en el desarrollo de planes, (por ejemplo sindicatos) en el	<p>Evidencia: Correos al personal para sus aportes al POA 2018.</p>	

desarrollo de planes, estrategias, metas, diseño de procesos y en la identificación e implantación de acciones de mejora.		
4. Procurar el consenso/acuerdo entre directivos y empleados sobre los objetivos y la manera de medir su consecución.		No existen evidencia de cómo se realiza consenso entre directivos y empleados.
5. Realizar periódicamente encuestas a los empleados y publicar sus resultados, resúmenes, interpretaciones y acciones de mejora.		Falta la Encuesta de clima organizacional y su correspondientes Planes de mejora.
6. Asegurar que los empleados tienen la oportunidad de opinar sobre la calidad de la gestión de los recursos humanos por parte de sus jefes/directores directos.		No existe procedimiento de Evaluación de Supervisor Inmediato.
7. Asegurar buenas condiciones ambientales de trabajo en toda la organización, incluyendo el cuidado de la salud y los requisitos de seguridad laboral.	Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejora de la Infraestructura. ➤ Consultorio médico de Pro Consumidor abierto a todo el que lo requiera. ➤ Informe de estado de salud general de los trabajadores. ➤ Curso de ergonomía y salud ocupacional. ➤ Lista de personas consultadas, listado de participantes en cursos y talleres. 	
8. Garantizar condiciones que faciliten la conciliación de la vida laboral y personal de los empleados (por ejemplo, la posibilidad de adaptar las horas de trabajo, así como prestar atención a la necesidad de los trabajadores a tiempo parcial o en situación de baja por maternidad o paternidad, de tener acceso a la información pertinente y participar en las cuestiones de organización y formación.	Evidencias: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Política de Permisos ➤ Política de Licencia sin disfrute de salario Cumplimiento ley permiso de maternidad. ➤ Licencias para estudios y docencia. 	
9. Prestar especial atención a las necesidades de los empleados más desfavorecidos o con discapacidad.	Pro Consumidor cuenta con una política de inclusión.	

	Evidencia: ➤ En nómina Numero de personal que pasan de los 60 años, personal que viven con limitaciones motoras, de visión y con el Síndrome de Amelia.	
10. Proporcionar planes y métodos adaptados para premiar a las personas de una forma no monetaria (por ejemplo, mediante la planificación y revisión de los beneficios de las actividades sociales, culturales y deportivas, centradas en la salud y bienestar).		Falta un Programa de reconocimiento y la definición de las Políticas de beneficios.

CRITERIO 4: ALIANZAS Y RECURSOS

Considerar lo que la organización hace para:

SUBCRITERIO 4.1. Desarrollar y gestionar alianzas con organizaciones relevantes

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
I. Identificar socios clave del sector privado, de la sociedad civil y del sector público y establecer el tipo de relaciones (por ejemplo: compradores, proveedores, suministradores, co-productores, proveedores de productos de sustitución o complementarios, propietarios, fundadores, etc.).	<p>Tenemos identificados los socios claves del sector público y privado para establecer relaciones.</p> <p>Evidencias:</p> <p>➤ Alianzas y acuerdos-Se muestra la relación de las autoridades con instituciones y entes sectoriales, tales como, MSP, MAP, MICM, MEPYD, MOPC, MA, MIMARENA, MH, MINPRE, MIREX, DIGEPRES, CONTRALORÍA, INDOCAL, ONE, OPTIC, FEDOMU, IDAC, DGA, ODAC, LAVECEN, IIBI, CAASD, PROTECOM, CNE, CDEEE, EDES, DIDA, INDOTEL, DIGEIG, JAC, CECCOM, ADESS;</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ -Se han desarrollado alianzas con diversos grupos de interés e instituciones: Universidades, 12 Hospitales y Patología Forense, CODIA, CARD, CMD, INFOTEP, Asociación Abogados Santiago, Organizaciones de Consumidores, PROSOLI, JAD, ACOPROVI, CEDAF (Acuerdos, programas ejecutados en conjunto); 	
<p>2. Desarrollar y gestionar acuerdos de colaboración adecuados, incluyendo los diferentes aspectos de la responsabilidad social, tales como el impacto socio-económico y medioambiental de los productos y servicios contratados.</p>	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alianzas y acuerdos-Se muestra la relación de las autoridades con instituciones y entes sectoriales, tales como, MSP, MAP, MICM, MEPYD, MOPC, MA, MIMARENA, MH, MINPRE, MIREX, DIGEPRES, CONTRALORÍA, INDOCAL, ONE, OPTIC, FEDOMU, IDAC, DGA, ODAC, LAVECEN, IIBI, CAASD, PROTECOM, CNE, CDEEE, EDES, DIDA, INDOTEL, DIGEIG, JAC, CECCOM, ADESS; ➤ -Se han desarrollado alianzas con diversos grupos de interés e instituciones: Universidades, 12 Hospitales y Patología Forense, CODIA, CARD, CMD, INFOTEP, Asociación Abogados Santiago, Organizaciones de Consumidores, PROSOLI, JAD, ACOPROVI, CEDAF (Acuerdos, programas ejecutados en conjunto); 	

3. Fomentar y organizar colaboraciones especializadas y desarrollar e implementar proyectos en conjunto con otras organizaciones del sector público, pertenecientes al mismo sector/cadena y a diferentes niveles institucionales.	Evidencia: Carta compromiso de que se le compran y /o contratan servicios a suplidores que cumplen con normativas.	
4. Monitorizar y evaluar de forma periódica la implementación y resultados de las alianzas o colaboraciones.		Falta el plan de monitoreo de las alianzas y acuerdos.
5. Identificar las necesidades de alianzas público-privada (APP) a largo plazo y desarrollarlas cuando sea apropiado.		Falta el diagnóstico de necesidades de alianzas públicas privadas y consecuente plan de acción.
6. Definir las responsabilidades de cada socio en la gestión de la alianza/colaboración, incluyendo sistemas de control, evaluación y revisión.	Evidencia: Contrato de las diferentes alianzas previamente citadas.	
7. Aumentar las capacidades organizativas, explorando las posibilidades de las agencia de colocación.		No se evidencia.
8. Intercambiar buenas prácticas con los socios y usar el benchlearning y el benchmarking.		No existe evidencia de práctica de benchlearning y el benchmarking con otras las instituciones con las cuales tenemos acuerdos o coordinaciones.
9. Seleccionar a los proveedores aplicando criterios de responsabilidad social cuando se trate de contratación pública.	Evidencia: Carta compromiso de que se le compran y /o contratan servicios a suplidores que cumplen con normativas.	

SUBCRITERIO 4.2. Desarrollar y establecer alianzas con los ciudadanos /clientes.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
1. Asegurar una política proactiva de información (por ejemplo, sobre el funcionamiento de la organización, sobre las competencias de determinadas autoridades públicas, su estructura y procesos, etc.).		No existe aún la Carta Compromiso al Ciudadanos de Pro Consumidor, aunque el proceso está en curso.
2. Animar activamente a los ciudadanos/clientes a que se organicen y expresen sus necesidades y requisitos y apoyar a las alianzas con ciudadanos, agrupaciones ciudadanas y organizaciones de la sociedad civil.		No se evidencia.

<p>3. Incentivar la involucración de los ciudadanos/clientes y sus representantes en las consultas y su participación activa en el proceso de toma de decisiones dentro de la organización (co-diseño y co-decisión), por ejemplo, vía grupos de consulta, encuestas, sondeos de opinión y grupos de calidad.</p>		<p>No hay Encuesta de Calidad en el Servicio interno a los Empleados. No hay Buzón de sugerencias generales. No existe un Formularios de quejas y sugerencias interno a la organización. No se cuenta con evidencia sobre diseño y aplicación de Encuesta para medir el nivel de credibilidad y transparencia institucional.</p>
<p>4. Definir el marco de trabajo para recoger datos, sugerencias y reclamaciones o quejas de los ciudadanos/clientes, recogidos mediante los medios adecuados (por ejemplo, encuestas, grupos de consulta. Buzones de reclamaciones, sondeos de opinión, etc.).</p>		<p>No existen procedimientos ni criterios definidos, consensuados y publicados sobre Encuesta de Calidad en el Servicio a los Empleadores, Buzón de sugerencia, Formularios de quejas y sugerencias, Encuesta para medir el nivel de credibilidad y transparencia.</p>
<p>5. Asegurar la transparencia del funcionamiento de la organización así como de su proceso de toma de decisiones, (por ejemplo, publicando informes anuales, dando conferencias de prensa y colgando información en Intranet).</p>	<p>Contamos con una oficina de acceso a la información el cual asegura la transparencia de la organización. Evidencia: ➤ Informes Estadístico. ➤ Informe de Credibilidad y Transparencia subidos al portal</p>	
<p>6. Definir y acordara la forma de desarrollar el papel de los ciudadanos/clientes como co-productores de servicios (por ejemplo, en el contexto de la gestión de residuos) y co-evaluadores (por ejemplo, a través de mediciones sistemáticas de su satisfacción).</p>		<p>No existen criterios, ni procedimientos para involucrar a los ciudadanos consumidores y medir sistemáticamente su satisfacción.</p>
<p>7. Desarrollar una gestión eficaz de las expectativas, explicando a los clientes los servicios disponibles, incluyendo indicadores de calidad, a través, por ejemplo, de las Cartas de Servicio.</p>		<p>Falta diseño e implementación de la Carta Compromiso.</p>

8. Asegurarse de que se dispone de información actualizada sobre cómo evoluciona el comportamiento individual y social de los ciudadanos clientes, para evitar instalarse en procesos de consulta obsoletos o productos y servicios ya no necesarios.		No se han hecho Encuestas para identificar percepción general de ciudadanos sobre los servicios de Pro Consumidor.
---	--	--

SUBCRITERIO 4.3. Gestionar las finanzas.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
1. Alinear la gestión financiera con los objetivos estratégicos de una forma eficaz, eficiente y ahorrativa.	Hemos alineado la gestión financiera mediante el POA 2017/2019.	
2. Analizar los riesgos y oportunidades de las decisiones financieras.		No existe un mapa de riesgo financiero.
3. Asegurar transparencia financiera y presupuestaria.	Contamos con publicaciones realizadas en el portal de transparencia institucional. Declaración Jurada de Patrimonio Presupuesto aprobado. Ejecución presupuestaria de los periodos correspondientes Procesos de Compra. Relación de Cuentas por pagar e ingresos y costos.	
4. Asegurar la gestión rentable, eficaz y ahorrativa de los recursos financieros usando una contabilidad de costos y sistemas de control eficientes.		No existe un Sistema de contabilidad de costos.
5. Introducir sistemas de planificación, de control presupuestario y de costos (por ejemplo, presupuestos plurianuales, programas de presupuesto por proyectos, presupuestos de género/diversidad, presupuestos energéticos).	Evidencias: Uso del Sistema Integrado de Gestión financiera GSIGEF.	
6. Delegar y descentralizar las responsabilidades financieras manteniendo un control financiero centralizado.	Evidencias: Se cuenta con descripción de puestos y asignación de personal de cada empleado.	
7. Fundamentar las decisiones de inversión y el control	Evidencias:	

financiero en el análisis costo- beneficio, en la sostenibilidad y en la ética.	Las inversiones- desembolso se realizan egados a los criterios establecidos por la Dirección General de Ética e Integridad gubernamental DIGEI.	
8. Incluir datos de resultados en los documentos presupuestarios, como información de objetivos de resultados de impacto.	Reporte de Medición Ejecución del presupuesto Financiero y Físico.	

SUBCRITERIO 4.4. Gestionar la información y el conocimiento.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Desarrollar sistemas para gestionar, almacenar, mantener y evaluar la información y el conocimiento de la organización de acuerdo con la estrategia y los objetivos operativos.</p> <p>2. Garantizar que la información disponible externamente sea recogida, procesada, usada eficazmente y almacenada.</p> <p>3. Controlar constantemente la información y el conocimiento de la organización, asegurar su relevancia, exactitud, fiabilidad y seguridad. Alinearla también con la planificación estratégica y con las necesidades actuales y futuras de los grupos de interés.</p> <p>4. Desarrollar canales internos para difundir la información en cascada a toda la organización y</p>	<p>Existe la metodología de información y comunicación interna y externa, en la comunicación interna se definen: Planificación e identificación de la información a generar, Preparación y entrega de la información, Control del sistema de información y comunicación y perfeccionamiento de la información y la comunicación. Evidencias: Procedimiento, aprobado, socializado y en funcionamiento</p> <p>Evidencias: Metodología de Información y comunicación interna y externa, diseñada, validada, socializada y publicada o en funcionamiento.</p> <p>Evidencias: Registro activo de información Manual de políticas y estándares de seguridad informática para usuarios de Pro Consumidor.</p> <p>Programa de protección antivirus McAfee. Clave para acceso a las computadoras y los diferentes softwares que usa la compañía.</p> <p><input type="checkbox"/> Backup de la información.</p> <p>Evidencias:</p> <p>➤ Intranet</p>	

<p>asegurarse de que todos los empleados tienen acceso a la información y el conocimiento relacionados con sus tareas y objetivos (intranet, newsletter, revista interna, etc.).</p> <p>5. Asegurar un intercambio permanente de conocimiento entre el personal de la organización (por ejemplo: coaching, manuales redactados, etc.).</p> <p>6. Garantizar el acceso y el intercambio de información relevante con todos los grupos de interés y presentarla de forma sistemática y accesible para los usuarios, teniendo en cuenta las necesidades específicas de todos los miembros de la sociedad, como personas mayores o con discapacidad.</p> <p>7. Garantizar que se retiene dentro de la organización, en la medida de lo posible, la información y el conocimiento clave de los empleados, en caso de que éstos dejen la organización.</p>	<p>➤ Boletín Interno</p> <p>Evidencias: <input type="checkbox"/> Intranet <input type="checkbox"/> Boletín interno, Cursos con el personal.</p> <p>Evidencias: <input type="checkbox"/> Correos Internos. <input type="checkbox"/> Cursos de Capacitación Externos. <input type="checkbox"/> Página de Pro Consumidor <input type="checkbox"/> Estadísticas de visitas a la página web.</p> <p>Evidencias: Plan de Desarrollo. Evidencia de planes de desarrollo realizados. Procedimientos.</p>	
--	---	--

SUBCRITERIO 4.5. Gestionar la tecnología.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Diseñar la gestión de la tecnología de acuerdo con los objetivos estratégicos y operativos.</p> <p>2. Implementar, monitorizar y evaluar la relación costo-efectividad de las tecnologías usadas. El tiempo de retorno de la inversión (ROI) debe ser suficientemente corto y se debe contar con indicadores fiables para ello.</p> <p>3. Asegurar el uso seguro, eficaz y eficiente de la tecnología, mirando especialmente las capacidades de las personas.</p>	<p>Evidencias: Plan de Estratégico 2017-2020 Plan operativo 2018. Sistema de Gestión Tecnológica de Pro Consumidor SGTP, Procedimiento del SGTP, Manual de uso de Pro Concilia.</p> <p>Evidencias: <input type="checkbox"/> Perfiles de puestos TIC, Cursos sobre Intranet, Outlook, Digitalización de trámites, Sistema de Ticket.</p>	<p>Falta un sistema central de Gestión de la tecnología.</p> <p>No se ha hecho un estudio de costo efectividad sobre la inversión en tecnología, no existen indicadores de medición de los resultados del uso de las tecnologías utilizada.</p>

<p>4. Aplicar de forma eficiente las tecnologías más adecuadas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La gestión de proyectos y tareas ✓ La gestión del conocimiento ✓ Las actividades formativas y de mejora ✓ La interacción con los grupos de interés y asociados ✓ El desarrollo y mantenimiento de las redes internas y externas. <p>5. Definir cómo las TIC pueden ser utilizadas para mejorar el servicio prestado. Por ejemplo, utilizando el método de arquitectura empresarial para la gestión de la información en la administración pública.</p> <p>6. Adoptar el marco de trabajo de las TIC y de los recursos necesarios para ofrecer servicios online inteligentes y eficientes y mejorar el servicio al cliente.</p> <p>7. Estar siempre atento a las innovaciones tecnológicas y revisar la política si fuera necesario.</p> <p>8. Tener en cuenta el impacto socio-económico y medioambiental de las TIC. Por ejemplo: gestión de residuos de los cartuchos, reducida accesibilidad de los usuarios no electrónicos.</p>	<p>Evidencias: Intranet Correo de sugerencia El chat. Planner MS Project Capacitaciones TIC Intranet</p> <p>Evidencia visual: Software OP Manager para monitoreo de las redes.</p> <p>A través de Pro Concilia el ciudadano puede presentar su queja desde cualquier dispositivo electrónico con acceso a internet, Sistema de Pro Concilia está disponible 24 horas al día, el ciudadano puede presentar queja o reclamación desde cualquier parte del país sin necesidad de acudir a las oficinas de Pro Consumidor.</p> <p>Proco APP, aplicativo que puede descargarse desde celulares inteligentes para desde cualquier lugar realizar una reclamación o queja con posibilidad de tirar fotos en forma sincrónica de productos o lugares de expendio de servicios que quieran ser reportados.</p> <p>El sistema de Pro Concilia es revisado periódicamente para hacer las innovaciones de acuerdo a las solicitudes de los consumidores.</p>	<p>No existe un programa de disminución del impacto medio ambiental de las TIC.</p>
--	---	---

SUBCRITERIO 4.6. Gestionar las instalaciones.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Equilibrar la eficiencia y eficacia del emplazamiento físico de la organización con las necesidades y expectativas de los usuarios (por ejemplo, centralización versus descentralización de los edificios/ puntos de servicios, distribución de las salas, conexión con transporte público). 2. Asegurar un uso eficiente, rentable y sostenible de las instalaciones, basado en los objetivos estratégicos y operativos, tomando en cuenta las necesidades de los empleados, la cultura local y las limitaciones físicas. Por ejemplo, espacios abiertos versus despachos individuales, oficinas móviles. 3. Asegurar un mantenimiento eficiente, rentable y sostenible de los edificios, despachos, equipamientos y materiales usados. 4. Garantizar el uso eficaz, eficiente y sostenible de los medios de transporte y los recursos energéticos. 5. Garantizar la adecuada accesibilidad física de los edificios de acuerdo con las necesidades y expectativas de los empleados y de los ciudadanos/clientes (por ejemplo, acceso a aparcamiento o transporte público). 6. Desarrollar una política integral para gestionar los activos físicos, incluyendo la posibilidad de un reciclado seguro, mediante, por ejemplo, la gestión directa o la subcontratación. 7. Poner las instalaciones a disposición de la comunidad local. 	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementación área de servicios en Oficinas Megacentro, Ciudad Colonial, Oficinas regionales. ➤ Punto GOB. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Punto GOB. ➤ Adecuaciones a las áreas de servicio de las Oficinas Principales a fin de ser amigable a personas con limitaciones físicas. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Contratos de Mantenimiento. <p>Contratos de Mantenimiento.</p> <p>Suministro de transporte gratuito para personal que vive en la zona oriental 3 veces a la semana.</p> <p>Política y procedimiento para gestionar los activos físicos.</p> <p>Pro Consumidor cuenta con un centro de documentación abierto al público.</p>	<p>No existe instalación de estaciones de reciclaje de residuos en las oficinas centrales.</p> <p>A mejorar instalación de estaciones de reciclaje de residuos en las oficinas centrales.</p>

CRITERIO 5: PROCESOS

Considerar lo que la organización hace para:

SUBCRITERIO 5.1. Identificar, diseñar, gestionar e innovar en los procesos de forma continua, involucrando a los grupos de interés.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none">1. Identificar, mapear, describir y documentar los procesos clave de forma continua.2. Identificar y asignar responsabilidades a los propietarios de los procesos (las personas que controlan todos los pasos del proceso).3. Analizar y evaluar los procesos, riesgos y factores críticos de éxito, teniendo en cuenta los objetivos de la organización y su entorno cambiante.4. Asegurar que los procesos apoyan los objetivos estratégicos y están planificados y están planificados y gestionados para alcanzar los objetivos establecidos.5. Involucrar a los empleados y a los grupos de interés externos en el diseño y mejora de los procesos, en base a la medición de su eficacia, eficiencia y resultados (outputs y outcomes).6. Asignar recursos a los procesos en función de la importancia relativa de su contribución a la consecución de los fines estratégicos de la organización.7. Simplificar los procesos a intervalos regulares, proponiendo cambios en los requisitos legales, si fuera necesario,	<p>Procedimientos institucionales, validados, aprobados, socializados y en funcionamiento Definidos en los procedimientos.</p> <p>Procedimientos y Mapa de Riesgo.</p> <p>Fichas de procesos, definidas, aprobadas y en funcionamiento.</p> <p>Los diferentes encargados departamentales participaron de forma activa en la descripción de sus procedimientos.</p> <p>POA 2018 Presentación de presupuesto acciones del año.</p>	<p>Mapa de procesos.</p> <p>No se evidencian medición de la eficacia, eficiencia y resultados de los procesos.</p> <p>No existe un Sistema de monitoreo que registre calidad y oportunidad del servicio directo o telefónico.</p> <p>Debe hacerse Reingeniería del Centro de Llamadas</p>

<p>8. Establecer objetivos de resultados orientados a los grupos de interés e implementar indicadores de resultados para monitorizar la eficacia de los procesos (por ejemplo, carta de servicios, compromisos de desempeño, acuerdos sobre el nivel de los servicios, etc.).</p> <p>9. Monitorizar y evaluar el impacto de las TIC y de los servicios electrónicos en los procesos de la organización (por ejemplo, en términos de eficiencia, calidad y eficacia).</p> <p>10. Innovar en los procesos basados en un continuo benchmarking nacional e internacional, prestando especial atención a los obstáculos para la innovación y los recursos necesarios.</p>	<p>Proceso certificación del Cuerpo de Inspectores con la Norma ISO Nordon1720 y ISO 9001.</p>	<p>No existe un Cuadro de Indicadores orientado a medir la satisfacción de los usuarios sobre los servicios.</p> <p>No existe un Sistema de monitoreo que registre calidad y oportunidad del servicio directo o telefónico.</p> <p>No existe un Sistema de monitoreo y evaluación de los servicios electrónicos donde se evidencie participación de los grupos de interés.</p>
--	--	--

SUBCRITERIO 5.2. Desarrollar y prestar servicios y productos orientados a los ciudadanos /clientes.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Identificar los outputs (productos y servicios en los procesos nucleares.</p>	<p>Se han elaborado las fichas y los mapas de procesos. Evidencias: Fichas y mapas diseñados, elaborados, socializados y publicados.</p>	
<p>2. Involucrar a los ciudadanos/clientes en el diseño y mejora de los servicios y productos (por ejemplo, por medio de encuestas, retroalimentación, grupos focales, sondes acerca los servicios y productos y si son eficaces teniendo en cuenta aspectos de género y de diversidad, etc.).</p>		<p>No existe evidencia de aplicación de Encuesta de Transparencia y Credibilidad y Encuesta de Satisfacción.</p>
<p>3. Involucrar a los ciudadanos/clientes y a otros grupos de interés en el desarrollo de los estándares de calidad para los servicios y productos (proceso de output), que respondan a sus expectativas y sean gestionables por la organización.</p>		<p>No se ha identificado la Matriz de Análisis de Expectativa de Partes Interesadas, ni se ha identificado los estándares desde la perspectiva de los consumidores.</p>

4. Involucrar a los ciudadanos/clientes en la prestación del servicio y preparar tanto a los ciudadanos/clientes como a los trabajadores públicos a esta nueva relación de cambio de roles.	Encuesta de Satisfacción. <input type="checkbox"/> Buzón de Sugerencias. <input type="checkbox"/> Formulario de quejas y sugerencias.	No hay definido un sistema de respuesta las quejas de los usuarios.
5. Involucrar a los ciudadanos/clientes en el diseño y desarrollo de nuevos tipos de servicios interactivos, de entrega de información y de canales de comunicación eficaces.	Se han realizado actividades con comunidades y asociaciones de consumidores para socializar los nuevos sistemas electrónicos de acceso a los servicios como Pro Concilia, Proco APP, Sistema de identificación de precios SIDIP.	
6. Asegurar que la información adecuada y fiable esté accesible, con el fin de asistir y soportar a los clientes/ciudadanos y de informarle sobre los cambios realizados.	Informes, Estadísticas <input type="checkbox"/> Noticias en la Pág. Web y en las redes. Oficina de acceso a la información con todas las informaciones institucionales subida a Portal Transparencia.	
7. Promover la accesibilidad a la organización (por ejemplo, con horarios de apertura flexibles, documentos en varios formatos: en papel, electrónico, distintos idiomas, pancartas, folletos, Braille, tabloneros de noticias en formato de audio, etc.).	Servicios vía Punto GOB Brochur informativo en (3) idiomas a ser utilizado en la Ciudad Colonial por el flujo de consumidores turistas.	
8. Desarrollar un elaborado sistema de respuestas a las quejas recibidas, de gestión de reclamaciones y procedimientos.		No existe un Sistema o procedimiento de respuesta sobre Manejo de quejas y sugerencias en funcionamiento.

SUBCRITERIO 5.3. Coordinar los procesos en toda la organización y con otras organizaciones relevantes.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
1. Definir la cadena de prestación de los servicios a la que la organización y sus colaboradores/socios pertenece.	Fichas de Procesos. Procedimientos.	
2. Coordinar y unir procesos con socios claves del sector privado, no lucrativo y público.	Acuerdos firmados y memorias de las actividades con las otras instituciones en acuerdo.	

3. Desarrollar un sistema compartido con los socios en la cadena de prestación de servicios, para facilitar el intercambio de datos.	Correos electrónicos de coordinación con las instituciones señaladas.	
4. Empezar el análisis de ciudadanos/clientes a través de diferentes organizaciones, para aprender acerca de una mejor coordinación de procesos y superar los límites organizacionales.	Se ha realizado un diagnóstico con diferentes asociaciones de consumidores a fin de determinar causas de su debilidad y elaborar plan de acción de fortalecimiento con el apoyo de Pro Consumidor.	
5. Crear grupos de trabajo con las organizaciones/proveedores de servicios, para solucionar problemas.	Talleres con diferentes asociaciones de consumidores y elaborar plan de acción de fortalecimiento con el apoyo de Pro Consumidor.	
6. Crear incentivos (y condiciones) para que la dirección y los empleados creen procesos inter-organizacionales (por ejemplo, compartir servicios y desarrollar procesos comunes entre diferentes unidades).	Pro Consumidor comparte un punto GOB de servicios de ventanilla única en Megacentro, SDE. En las Provincias de San Juan de la Maguana, San Pedro de Macorís y Ocoa las oficinas de Pro Consumidor está en la Gobernación Pro Consumidor forma parte de Gobierno Electrónico junto a otras instituciones públicas.	
7. Crear una cultura para trabajar transversalmente en la gestión de los procesos en toda la organización o desarrollar procesos horizontales (por ejemplo: autoevaluación para toda la organización en vez de diferentes unidades).		No existe una gestión por procesos integrales.

CRITERIOS DE RESULTADOS

CRITERIO 6: RESULTADOS ORIENTADOS A LOS CIUDADANOS/ CLIENTES

Considerar qué resultados ha alcanzado la organización en sus esfuerzos para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y ciudadanos, mediante la.....

SUBCRITERIO 6.1. Mediciones de la percepción

Resultados de mediciones de percepción en cuanto a:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. La imagen global de la organización y su reputación (por ejemplo: amabilidad, trato equitativo, abierto, claridad de la información facilitada, predisposición de los empleados a escuchar, recepción, flexibilidad y capacidad para facilitar soluciones personalizadas). 2. Involucración y participación de los ciudadanos/clientes en los procesos de trabajo y de toma de decisiones de la organización. 3. Accesibilidad (acceso con transporte público, acceso para personas con discapacidad, horarios de apertura y de espera, ventanilla única, costo de los servicios, etc.). 4. Transparencia (en el funcionamiento de la organización, en la explicación de la legislación aplicable, en los procesos de toma de decisiones, etc.). 5. Productos y servicios (calidad, confianza, cumplimiento con los estándares de calidad, tiempo para asesorar, calidad de las recomendaciones dadas a los ciudadanos/clientes, enfoque medioambiental, etc.). 6. La diferenciación de los servicios de la organización en relación con las diferentes necesidades de los clientes (género, edad, etc.). 7. La información disponible: cantidad, calidad, confianza, transparencia, facilidad de lectura, adecuada al grupo de interés, etc.). 	<p>Evidencia: Pro Consumidor forma parte del Punto GOB. Instalaciones con acceso para personas con discapacidad. Servicios brindados por la Pro Consumidor son gratis para los consumidores El centro Pro Consumidor de Megacentro es de fácil acceso al igual que Pro Consumidor de la Ciudad Colonial. Existe un nivel de Transparencia sistemático de acuerdo a las mediciones oficiales DIGEIG.</p> <p>Los servicios de Pro Consumidor son iguales para todos, se toma en cuenta que las diferenciaciones típicas de personas Envejeciente, y mujeres en gestación.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicaciones en página web y en datos abiertos. 	<p>No existe un estudio general sobre percepción de la ciudadanía sobre credibilidad y transparencia institucional.</p> <p>No existe Levantamiento de expectativas de las partes interesadas.</p> <p>No existe Transporte público directo hacia las instalaciones, por lo que el acceso físico a Pro Consumidor es difícil ya que quedando la estación del metro más próxima aproximadamente a un kilómetro y la ruta de vehículo más próxima a más de 700 metros.</p> <p>No existe evidencia de aplicación de Encuestas de Calidad en el Servicio a los Empleadores. No se cuenta con la Carta compromiso: indicadores de medición de los estándares de calidad. No existen informes sistemáticos respecto a las quejas y sugerencias realizadas por los usuarios.</p>

<p>8. La correcta recepción de la información por los clientes/ciudadanos.</p> <p>9. La frecuencia de encuestas de opinión a los ciudadanos/clientes en la organización.</p> <p>10. Nivel de confianza hacia la organización y sus productos/servicios.</p>	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Página Web, ➤ De Manera presencial. <p>Encuestas realizadas en Dep. de Inteligencia de Mercados.</p> <p>Estimaciones de nivel de Transparencia de acuerdo a las mediciones oficiales DIGEIG.</p>	
---	---	--

6.2. Mediciones de resultados.

Resultados en relación con la participación:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Grado de implicación de los grupos de interés en el diseño y la prestación de los servicios y productos o en el diseño de los procesos de toma de decisiones.</p> <p>2. Sugerencias recibidas e implementadas.</p> <p>3. Grado de utilización de métodos nuevos e innovadores para atender a los ciudadanos/clientes.</p> <p>4. Indicadores de cumplimiento de cumplimiento en relación al género y a la diversidad cultural y social de los ciudadanos/clientes.</p> <p>5. Alcance de la revisión periódica realizada con los grupos de interés para supervisar sus necesidades cambiantes y el grado en que se cumplen.</p>	<p>Reuniones con los empleados para la creación de nuevos procedimientos y modificación de los actuales.</p> <p>Punto GOB. Porcentaje de utilización de ProcoAPP Y SIDIP y otros TIC para los servicios. En Pro Consumidor se contrata el personal idóneo conforme perfil de puesto sin importar sexo o diversidad cultural, teniendo incluso en sus nóminas más mujeres que hombres. Se realizan acciones de consulta puntual.</p>	<p>No hay encuesta de Calidad en el Servicio a los Empleadores.</p> <p>No hay encuesta para medir el nivel de credibilidad y transparencia.</p> <p>No hay un sistema de respuesta Mejoras en la página. <input type="checkbox"/> Se ha rediseñado procesos. <input type="checkbox"/> Se han modificados formularios.</p> <p>No hay sistema permanente de revisión y consulta con todos los grupos de interés.</p>

Resultados de la accesibilidad de la organización:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
----------	--------------------------------------	-----------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Horario de atención de los diferentes servicios (departamentos). 2. Tiempo de espera. Tiempo para prestar el servicio. 3. Costo de los servicios. 4. Disponibilidad de información acerca de la responsabilidad de gestión de los distintos servicios. 	<p>Pro Consumidor tiene un horario diario de atención al público consumidor directo de 8:00am-4:00pm, en el Centro de Llamada hasta las 7:00pm de lunes a viernes y a través de las Redes Sociales 24 horas, los siete días a la semana.</p> <p>Los servicios son gratuitos. Estas informaciones están disponibles en la página Web de Pro Consumidor.</p>	<p>No hay un sistema de cálculo de tiempo por servicio prestado.</p>
--	--	--

Resultados en relación con la transparencia de la prestación de servicios y productos:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de canales de información y su eficiencia. 2. Disponibilidad y precisión de la información. 3. Disponibilidad de los objetivos de rendimiento de la organización. 4. Número de actuaciones del Defensor Público. 5. Alcance de los esfuerzos para mejorar la disponibilidad, precisión y transparencia de la información. 	<p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Redes Sociales, ➤ Página Web. ➤ Publicaciones periódicos. <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Disponibles las 24 horas del día y los 7 días de la semana. Por el portal WEB y las Redes Electrónicas. <p>Disponibles los 24 horas del día y los 7 días de la semana. Por el portal WEB y las Redes Electrónicas y en el Portal Transparencia.</p> <p>N/A.</p> <p>En el Portal transparencia se encuentran todos los documentos tal y como lo requiere la ley y el DIGEF.</p>	

Resultados de los indicadores sobre la calidad de los productos y la prestación de servicios:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
----------	--------------------------------------	-----------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Número y tiempo de procesamiento de las quejas. 2. Número de expedientes devueltos por errores o casos que necesiten repetir el proceso/compensación. 3. Cumplimiento de los estándares de servicio publicados (por ejemplo requerimientos legales). 	<p>En conciliación se reciben alrededor de 700 reclamaciones y hay un tiempo de procesamiento 7 días laborables.</p>	<p>No hay sistema de indicadores que midan la calidad de los productos y prestación de servicios</p> <p>No hay Carta compromiso.</p> <p>No hay Carta Compromiso.</p>
---	--	--

CRITERIO 7: RESULTADOS EN LAS PERSONAS

Considerar qué resultados ha alcanzado la organización para satisfacer las necesidades y expectativas de su personal, por medio de resultados de....

SUBCRITERIO 7.1. Mediciones de la percepción.

Resultados en relación con la percepción global de las personas acerca de:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. La imagen y el rendimiento global de la organización (para la sociedad, los ciudadanos/clientes, otros grupos de interés). 2. Involucramiento de las personas de la organización en el de toma de decisiones y su conocimiento de la misión, visión y valores. 3. Participación de las personas en las actividades de mejora. 	<p>De acuerdo a la Dirección de Análisis y Programación Estratégica de la Presidencia DIAPE Pro Consumidor tiene una percepción positiva en la sociedad y sus diferentes grupos vinculantes.</p> <p>Evidencia: Publicación de la DIAPE, página de la Presidencia.</p> <p>Evidencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación de grupos de interés como el Consejo y los empleados en el levantamiento del FODA. ➤ Campaña de misión, visión y valores. <p>La Dirección Ejecutiva en reunión permanente con su equipo de Gestión consulta y participan en las actividades de mejora.</p>	<p>No se ha realizado Encuesta para medir el nivel de credibilidad y transparencia. En la población.</p>

<p>4. Conocimiento de las personas de los posibles conflictos de interés y la importancia de un compromiso ético.</p> <p>5. Mecanismos de consulta y dialogo.</p> <p>6. La responsabilidad social de la organización.</p>	<p>Evidencia: Informes de las reuniones de la Dirección con los Encargados, Participación en lluvias de ideas. Levantamiento de nuevos procesos y procesos actuales.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elección del Comité de Ética de Pro Consumidor ➤ Participación comisión electoral de ética. ➤ Diseño del Código de Ética Campaña de ética por 10 meses. <input type="checkbox"/> Encuesta de ética, <p>Evidencias: Política de puertas abiertas de la DE.</p>	<p>No se cuenta con un Proyecto de Responsabilidad Social.</p>
---	---	--

Resultados relacionados con la percepción de la dirección y con los sistemas de gestión:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. La capacidad de los altos y medios directivos para dirigir la organización (por ejemplo, estableciendo objetivos, asignando recursos, evaluando el rendimiento global de la organización, la estrategia de gestión de RRHH, etc.) y de comunicar sobre ello.</p> <p>2. El diseño y la gestión de los distintos procesos de la organización.</p> <p>3. El reparto de tareas y el sistema de evaluación de las personas.</p>	<p>Evidencias: Plan Estratégico Planes de operativos Objetivos de calidad Objetivos institucionales <input type="checkbox"/> Presupuesto institucional <input type="checkbox"/> Plan estratégico de RRHH <input type="checkbox"/> Informe a todo el personal por correo e INTRANET. Procedimientos organizacionales.</p> <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Descripciones de puestos ➤ Evaluación de desempeño. 	

<p>4. La extensión y calidad con la que el esfuerzo individual y de equipo es reconocido.</p> <p>5. El enfoque de la organización para los cambios y la innovación.</p>	<p>Se han realizado compensaciones puntuales.</p> <p>Evidencias: "Procesos de mejora continua, ejemplo implementación ISO 9001 y 7020 <input type="checkbox"/> Acciones correctivas y preventivas <input type="checkbox"/> Gestión de riesgos <input type="checkbox"/> Planes de acción.</p>	<p>No hay política, ni Plan de reconocimiento ni compensación a los empleados fuera de lo previsto por ley.</p>
---	--	---

Resultados relacionados con la percepción de las condiciones de trabajo:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. El ambiente de trabajo (por ejemplo, cómo la gestión de conflictos, agravios o problemas personales, mobbing) y la cultura de la organización (por ejemplo la promoción de la transversalidad entre departamentos, unidades, etc.).</p> <p>2. El enfoque hacia las cuestiones sociales (flexibilidad de horarios, conciliación de la vida personal y laboral, salud).</p> <p>3. La toma en consideración de la igualdad de oportunidades y del trato y comportamientos justos en la organización.</p> <p>4. La disposición del lugar de trabajo y las condiciones ambientales de trabajo.</p>	<p>Evidencias: <input type="checkbox"/> Facilidad de permisos, licencias y permisos para estudios. Novedades y programación de RRHH de acuerdo a las solicitudes.</p> <p>Evidencias: Remodelación de las oficinas de servicios. <input type="checkbox"/> Mejor distribución de áreas en la oficina principal.</p>	<p>No hay encuesta de clima organizacional.</p> <p>No hay política que recoja los criterios de cómo se toman las decisiones.</p>

Resultados relacionados con la percepción del desarrollo de la carrera y habilidades profesionales:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Plan de Carrera sistemático y desarrollo de competencias.</p>	<p>Evidencias: <input type="checkbox"/> Programa de capacitación <input type="checkbox"/> Promociones.</p>	

2. Motivación y empoderamiento.		No hay política de ni Plan de reconocimiento ni compensación a los empleados fuera de lo previsto por ley.
3. Acceso y calidad de la formación en relación con los objetivos estratégicos de la organización.	Evidencia: Detección Necesidades de la Capacitación.	

SUBCRITERIO 7.2. Mediciones del desempeño.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Indicadores relacionados con el comportamiento de las personas (por ejemplo, nivel de absentismo o enfermedad, índices de rotación del personal, número de quejas, número de días de huelga, etc.). 2. Indicadores en relación con la motivación y la implicación (por ejemplo, índices de respuesta a las encuestas de personal, número de propuestas de mejora, participación en grupos de discusión internos). 3. Indicadores relacionados con el rendimiento individual (por ejemplo, índices de productividad, resultados de las evaluaciones). 4. Nivel de involucramiento en las mejoras de las actividades. 5. Nivel de uso de las tecnologías de la información y la comunicación. 6. Indicadores relacionados con el desarrollo de las capacidades (por ejemplo, tasas de participación y de éxito de las actividades formativas, eficacia de la utilización del presupuesto para actividades formativas). 7. Indicadores relacionados con las capacidades de las personas para tratar con los ciudadanos/clientes y para responder a sus necesidades (por ejemplo: número de 	<p>Evidencia: Informe trimestral de reporte novedades del personal.</p> <p>Evidencia: Evaluaciones de desempeño.</p> <p>Evidencia: Todos los departamentos y áreas se involucran 100% en la mejora de sus procesos. Evidencia listados de reuniones, memorias de procesos, programaciones.</p> <p>Evidencia: Más del 90% del personal usa las TICs.</p> <p>Evidencia: -Retroalimentación de la capacitación. -Evaluación de la capacitación al colaborador. -Evaluación proceso de inducción Evaluación plan de desarrollo.</p>	<p>Evidencia: Índice de satisfacción de los colaboradores.</p> <p>No hay indicadores de medición de las capacidades de las personas, ni sistema de</p>

<p>horas de formación dedicadas a la gestión de la atención al ciudadano/ cliente, número de quejas de los ciudadanos/clientes sobre el trato recibido por el personal, mediciones de la actitud del personal hacia los ciudadanos/clientes.).</p> <p>8. Frecuencia de acciones de reconocimiento individual y de equipos.</p> <p>9. Número de dilemas éticos reportados (por ejemplo, posible conflicto de interés).</p> <p>10. Frecuencia de la participación voluntaria en actividades relacionadas con la responsabilidad social, promovidas por la organización.</p>	<p>No se han reportado.</p> <p>El personal se integra a las acciones que convoca la institución.</p>	<p>medición sobre la satisfacción de los ciudadanos a la atención del personal.</p> <p>No hay un Plan de reconocimiento.</p>
---	--	--

CRITERIO 8: RESULTADOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tomar en consideración qué está logrando la organización con la responsabilidad social, mediante los resultados de.....

SUBCRITERIO 8.1. Mediciones de percepción.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<p>1. Conciencia pública del impacto del funcionamiento de la organización sobre la calidad de vida de los ciudadanos/clientes. Por ejemplo: educación sanitaria, apoyo a las actividades deportivas y culturales, participación en actividades humanitarias, acciones específicas dirigidas a personas en situación de desventaja, actividades culturales abiertas al público, etc.</p> <p>2. Reputación de la organización, (por ejemplo, como empleadora o contribuyente a la sociedad local o global).</p> <p>3. Percepción del Impacto económico en la sociedad en el ámbito local, regional, nacional e internacional,</p>	<p>N/A.</p>	<p>No hay política de Responsabilidad Social, ni política de donaciones.</p> <p>No evidencia.</p>

<p>(por ejemplo, creación/atracción de actividades del pequeño comercio en el vecindario, creación de carreras públicas o de transporte público que también sirven a los actores económicos existentes.).</p> <p>4. Percepción del enfoque hacia las cuestiones medioambientales (por ejemplo percepción de la huella ecológica, de la gestión energética, de la reducción del consumo de agua y electricidad, protección contra ruidos y contaminación del aire, incentivo en el uso del transporte público, gestión de residuos potencialmente tóxicos, etc.).</p> <p>5. Percepción del impacto social en relación con la sostenibilidad a nivel local, regional, nacional e internacional (por ejemplo con la compra de productos de comercio justo, productos reutilizables, productos de energía renovable, etc.).</p> <p>6. Percepción del impacto en la sociedad teniendo en cuenta la calidad de la participación democrática en el ámbito local, regional, nacional e internacional (por ejemplo conferencias, consulta y proceso de toma de decisiones sobre el posible impacto de la organización sobre la seguridad, movilidad).</p> <p>7. Opinión del público en general sobre la accesibilidad y transparencia de la organización y su comportamiento ético (respeto de los principios y valores de los servicios públicos, como la igualdad, permanencia en el servicio, etc.).</p> <p>8. Percepción de la participación de la organización en la comunidad en la que está instalada, organizando eventos culturales o sociales a través del apoyo financiero o de otro tipo, etc.).</p> <p>9. Percepción de la institución en la cobertura mediática recibida relacionada con su responsabilidad social.</p>	<p>Evidencias: Compras de acuerdo lineamiento de la DGCP <input type="checkbox"/> Compras del 20% a las Pymes.</p> <p>N/A.</p> <p>Evidencias: <input type="checkbox"/> Informe de credibilidad y transparencia, página web.</p>	<p>No hay políticas con enfoque medio ambientales.</p> <p>No hay política de Responsabilidad Social que impacte en la comunidad próxima.</p> <p>No hay política de Responsabilidad Social.</p>
--	---	--

SUBCRITERIO 8.2. Mediciones del rendimiento organizacional

Indicadores de responsabilidad social:

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades de la organización para preservar y mantener los recursos (por ejemplo, presencia de proveedores con perfil de responsabilidad social, grado de cumplimiento de las normas medioambientales, uso de materiales reciclados, utilización de medios de transporte respetuosos con el medioambiente, reducción de las molestias, daños y ruido, y del uso de suministros como agua, electricidad y gas.). 2. Calidad de las relaciones con autoridades relevantes, grupos y representantes de la comunidad. 3. Grado e importancia de la cobertura positiva y negativa recibida por los medios de comunicación (números de artículos, contenidos, etc.). 4. Apoyo destinado a las personas en situación de desventaja por ejemplo estimación del costo de la ayuda, número de beneficiarios, etc.). 5. Apoyo como empleador a las políticas de diversidad étnicas y de personas en situación de desventaja por ejemplo organizando programas/proyectos específicos para emplear a minorías étnicas). 6. Apoyo a proyectos de desarrollo internacional y participación de los empleados en actividades filantrópicas. 7. Apoyo a la participación social de los ciudadanos/clientes, otros grupos de interés y empleados). 	<p>Se realiza campañas para un buen manejo de los recursos como el agua, la electricidad, etc. Se priorizan suplidores que sean respetuosos con el medio ambiente.</p> <p>La DE se mantiene en continuas reuniones tanto con autoridades relevantes como con organizaciones sociales. Evidencia la Agenda de la DE.</p> <p>El equipo de prensa y comunicación mantiene presencia permanente de la institución en los medios y una interacción demostrada con la ciudadanía de consumidores a través de las distintas Redes Sociales.</p> <p>N/A.</p> <p>N/A.</p> <p>La DE participo en un encuentro comunitario promoviendo la participación social y la organización de Asociaciones de Consumidores.</p> <p>Evidencias: fotos, convocatoria de la actividad, videos de la actividad.</p>	<p>No hay políticas de responsabilidad social.</p> <p>No hay políticas de donaciones.</p>

<p>8. Intercambio productivo de conocimientos e información con otros (número de conferencias abiertas organizadas por la organización, número de intervenciones en coloquios nacionales e internacionales).</p>	<p>Evidencias: En el mes de Junio Pro Consumidor fue sede de dos importantes eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El Taller Internacional de Seguridad de Productos de Consumo junto con la Organización de Estados Americanos (OEA) ➤ Y la “Conferencia Anual del Programa COMPAL III” junto con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD). 	
<p>9. Programas para la prevención de riesgos para la salud y de accidentes, dirigidos a los ciudadanos/clientes y empleados (número y tipo de programas de prevención, para la lucha contra el tabaquismo, para la educación en una alimentación saludable, número de beneficiarios y la relación costo/calidad de estos programas).</p>	<p>Evidencias: Plan de Riesgo Laborales, formación de Comité de salud ocupacional. Guías educativas. Capacitación al personal sobre programa de salud y bienestar.</p>	
<p>10. Resultados de la medición de la responsabilidad social (por ejemplo informe de sostenibilidad).</p>		<p>No hay política de Responsabilidad Social, ni indicadores definidos.</p>

CRITERIO 9: RESULTADOS CLAVE DE RENDIMIENTO

Considerar los resultados alcanzados por la organización en relación con.....

SUBCRITERIO 9.1. Resultados externos: resultados e impacto a conseguir.

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Resultados en términos de output (cantidad y calidad de la prestación de servicios y productos). 	<p>Evidencia: Estadística de servicios, realizados durante todo el año. Evidencias informes mensuales, informe semestral, Memoria anual.</p>	

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Resultados en términos de outcome (el impacto en la sociedad y los beneficiarios directos de los servicios y productos ofrecidos.). ➤ Nivel de calidad de los servicios o productos facilitados en cuanto a estándares y regulaciones. ➤ Grado de cumplimiento de contratos/acuerdos entre las autoridades y la organización. ➤ Resultados de las inspecciones y auditorias de resultados de impacto. ➤ Resultados del benchmarking (análisis comparativo) en términos de outputs y outcome. ➤ Resultados de la innovación en servicios/productos para la mejora del impacto. 	<p>Informe anual, cálculo del retorno como impacto económico en la población.</p> <p>Durante el año 2017 Pro Consumidor estuvo desarrollando las acciones del proceso de acreditación del cuerpo de inspectores y formando las capacidades para los equipos de Pro Consumidor de acuerdo a las Normas la Norma ISO 1720.</p> <p>En proceso sistema de gestión de la calidad ISO 9001.</p> <p>Evidencias: convocatorias a actividades educativas, informe de resultado actividades, listados de participación, fotos, contratación de facilitadores y consultores, coordinación con instituciones para solicitar facilitación de cursos.</p> <p>Informe D Compra y Contrataciones.</p> <p>Evidencias: Resultados según ultima auditoria de la Cámara de Cuentas.</p> <p>Resultado de Informe Auditoria Interna.</p> <p>Se realizan comparaciones con instituciones homólogas de otros países como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Punto GOB ➤ Gobierno Digital ➤ Uso de redes, ➤ Proco APP ➤ SIDIP ➤ Pro Concilia 	
--	--	--

SUBCRITERIO 9.2. Resultados internos: nivel de eficiencia.

--	--	--

Ejemplos	Puntos Fuertes (Detallar Evidencias)	Áreas de Mejora
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La respuesta de los líderes a los resultados y las conclusiones de las mediciones, incluyendo la gestión de riesgos. ➤ Eficiencia de la organización en la gestión de los recursos disponibles, incluyendo la gestión de recursos humanos, gestión del conocimiento y de las instalaciones de forma óptima (input vs output). ➤ Resultados de la mejora del desempeño y de la innovación en productos y servicios. ➤ Resultados de benchmarking (análisis comparativo). ➤ Eficacia de las alianzas (por ejemplo, grado de cumplimiento de los acuerdos de colaboración, actividades conjuntas.). ➤ Valor añadido del uso de la información y de las tecnologías de la comunicación para aumentar la eficiencia, disminuir la burocracia administrativa, mejora de la calidad de la prestación de servicios, (por ejemplo, reduciendo costos, el uso del papel, trabajando en forma conjunta con otros proveedores, interoperabilidad, ahorro de tiempo, etc.). ➤ Resultados de las mediciones por inspecciones o auditorías de funcionamiento de la organización. ➤ Resultados de la participación a concursos, premios de calidad y certificaciones de la calidad del sistema de gestión (premios a la excelencia, etc.). ➤ Cumplimiento de los objetivos presupuestarios y financieros. ➤ Resultados de las auditorías e inspecciones de la gestión financiera. ➤ Eficiencia de costos (impactos logrados al menor costo posible.). 	<p>Respuesta de interacción ciudadanos a través de las Redes Sociales.</p> <p>Memoria de gestión anual.</p> <p>Agilización de los procesos de Reclamación, conciliación, inspección. Ejercicio de comparación entre los mismos procesos año 2016-2017. Cumplimiento a tiempo de todos los compromisos de Pro Consumidor.</p> <p>Agilización de los procesos de Reclamación, conciliación, inspección.</p> <p>Hemos participado en proceso incorporando la experiencia y las observaciones de mejora de los procesos orientados por el MAP.</p> <p>Presupuesto 2018.</p>	<p>No evidencia.</p> <p>No evidencia.</p> <p>No evidencia.</p>

NOTA: Estos son ejemplos que aparecen en el Documento “Modelo CAF 2013”, las organizaciones pueden tener otras formas de desplegar los criterios que deben incluirlas cuando realizan su autodiagnóstico y sustentar sus puntos fuertes con las evidencias correspondientes.