



## PLAN DE MEJORA INSTITUCIONAL

No.	Criterios No.	Subcriterio No.	Área de Mejora	Objetivo	Acción de Mejora	Tareas	Tiempo		Recursos necesarios	Indicador	Responsable de seguimiento	Comentarios
							Inicio	Fin				
1	1	1.1 Revisar periódicamente la misión, visión y valores, reflejando tanto los cambios de nuestro entorno externo, (por ejemplo: políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos (el análisis PEST) como demográficos.	No se ha revisado la misión, visión y valores.	Comprometer a los colaboradores con el Marco Estratégico Institucional a fin de alcanzar visión y misión revisadas.	Socializar la visión y misión buscando mejoras.	1) Reunir los miembros del comité de calidad para revisar la misión y la visión. Hacer el análisis y debatir.	mar-21	abr-21	Humanos	Número de participantes en la reunión.	División de Planificación y Desarrollo.	
2		1.4 Desarrollar un concepto específico de marketing para productos y servicios, que se centre en los grupos de interés.	No se tiene creado el concepto específico de marketing. Formular e implementar programa para producto y servicios.	Crear el concepto de marketing para productos y servicios, centrado en los grupos de interés.	Redactar un concepto de marketing para productos y servicios centrado en los grupos de interés.	1) Redactar concepto. 2) Socializar el concepto y darlo a conocer en los diferentes grupos de interés, tanto internos como externos. 2) Transparentarlo tanto en físico como en digital.	mar-21	abr-21	Humanos, página web.	Registro y visualización del concepto en la página web y en documento visible a los clientes.	División de comunicaciones.	
3	2	2.4 Debatir sobre la innovación y la modernización planificada y su implementación con los grupos de interés relevantes.	No se ha realizado el debate.	Hacer un debate sobre la innovación y la modernización planificada y su implementación con los grupos de interés relevantes.	Contemplar una reunión para debatir sobre la modernización planificada y su implementación con los grupos de interés relevantes.	1) Hacer debate. 2) Registrarlo en un documento de participación.	mar-21	may-21	Humanos	Porcentaje de participantes en el debate con grupo de interés relevantes internos.	División de producción.	

4	3	3.3 Realizar periódicamente encuestas a los empleados y publicar sus resultados, resúmenes, interpretaciones y acciones de mejora.	No se ha realizado periódicamente encuestas a los empleados y publicar sus resultados, resúmenes, interpretaciones y acciones de mejora.	Conseguir la opinión de los empleados para mejorar la calidad de los servicios.	Aplicar encuestas.	1) Hacer el instrumento de medición o encuesta. 2) Aplicar la encuesta a los empleados. 3) Medir los resultados. 4) Interpretar y hacer valoraciones de acciones de mejora.	abr-21	jun-21	Humanos y didácticos.	Porcentaje de valoración positiva por parte de los empleados sobre el grado de calidad de los servicios prestados.	Departamento de Recursos Humanos
5	4	4.3. Analizar los riesgos y oportunidades de las decisiones financieras.	No se han analizado los riesgos y oportunidades de las decisiones financieras.	Obtener matriz de riesgos y oportunidades de las decisiones financieras.	Hacer análisis FODA sobre las decisiones financieras en el departamento administrativo-financiero.	1)Hacer levantamiento de información. 2) Hacer el análisis donde aparezcan las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas. 3) Hacer resumen sobre lo analizado. 4) Hacer listado de riesgos y oportunidades.	abr-21	jun-21	Humanos y didácticos.	La matriz de riesgo realizada y analizada.	Departamento administrativo-financiero
6	5	5.2. Involucrar a los ciudadanos/clientes en el diseño y mejora de los servicios y productos (por ejemplo, por medio de encuestas, retroalimentación, grupos focales, sondeos acerca los servicios y productos de género y dediversidad, etc.).	No se ha establecido la encuesta de satisfacción acerca de servicios y productos y si son eficaces teniendo en cuenta aspectos de género y de diversidad.	Hacer un levantamiento de información con los clientes para el diseño y mejora de los servicios y productos.	Contar con los clientes para levantar la información necesaria.	1) Hacer el instrumento de medición o encuesta. 2) Aplicar la encuesta a los ciudadanos/clientes. 3) Medir los resultados. 4) Interpretar y hacer valoraciones de acciones de mejora.	may-21	jul-21	Humanos y didácticos.	Porcentaje de satisfacción valorada positivamente.	Departamento técnico y sus divisiones.

7	6	6.3. Resultado de la accesibilidad de la organización.	No se evidencia horario de atención de los diferentes servicios (departamentos).	Diseñar y aplicar mecanismos de medición que nos permitan conocer la percepción de los clientes respecto a los renglones especificados en el subcriterio 6.3.	Colocar de forma visible al cliente el horario de atención de los servicios.	Hacer letrero para colocar el horario de atención de los servicios.	jul-21	ago-21	Humanos y didácticos.	Número de letreros colocados por área.	División de producción	
8			No se evidencia tiempo de espera para prestar el servicio.		Colocar de forma visible al cliente el tiempo de espera para prestar el servicio.	Hacer letrero para colocar el tiempo de espera para prestar el servicio.	jul-21	ago-21	Humanos y didácticos.	Número de letreros colocados por área.	División de producción	
9			No se evidencia costo de los servicios.		Colocar de forma visible el costo de los servicios.	Hacer letrero para colocar el costo de los servicios.	jul-21	ago-21	Humanos y didácticos.	Número de letreros colocados por área.	División de producción	
10			No se evidencia disponibilidad de información acerca de la responsabilidad de gestión de los distintos servicios.		Hacer visible la información sobre la responsabilidad de gestión de los distintos servicios.	Hacer letrero para colocar información sobre la responsabilidad de gestión de los distintos servicios.	jul-21	ago-21	Humanos y didácticos.	Número de letreros colocados por área.	División de producción	