

**OFICINA METROPOLITANA DE SERVICIOS DE AUTOBUSES  
(OMSA)**



**2021**

**INFORME DE AUTOEVALUACION INSTITUCIONAL**

**Elaborado por el comité de autoevaluación**

**William A. Estévez (Coordinador)**

**Jose A. Ortiz Beltre (secretario)**

**Yleidy Lantigua (Miembro)**

**Ana Iris Reyes (Miembro)**

**Julianny Cruz (Miembro)**

**Purísima A. De León (Miembro)**

**Braulio F. García (Miembro)**

**Mary C. Storm Barinas (Miembro)**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1</b>	<b>ASPECTOS GENERALES.....</b>	<b>3</b>
1.1	MARCO INSTITUCIONAL .....	3
1.1.1.	MISION.....	3
1.1.2.	VISION.....	3
1.1.3.	VALORES INSTITUCIONALES.....	3
1.1.4.	BASE LEGAL.....	3
1.1.5.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	4
1.1.6.	SERVICIOS.....	5
1.1.7.	SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL.....	5
<b>2.</b>	<b>RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTO EVALUACION.....</b>	<b>7</b>
2.1	PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS. ....	7
<b>3.</b>	<b>ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL.....</b>	<b>7</b>
3.1.	ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES.....	7
3.1.1.	LIDERAZGO.....	9
3.1.2.	PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA.....	9
3.1.3.	PERSONAS.....	9
3.1.4.	ALIANZAS Y RECURSOS. ....	9
3.1.5.	PROCESOS.....	10
<b>4.</b>	<b>ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS.....</b>	<b>10</b>
4.1.	RESULTADOS EN LOS CIUDADANOS/CLIENTES.....	10
4.1.1.	RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	10
4.1.2.	RESULTADOS CLAVE DEL RENDIMIENTO.....	10
<b>5.</b>	<b>CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS.....</b>	<b>10</b>
6.1.	(Experiencias y aprendizajes, inconvenientes, etc., durante el proceso)..	11

## **RESUMEN EJECUTIVO:**

La Oficina Metropolitana de Servicio de Autobuses (OMSA), ha desarrollado una serie de actividades y reuniones para dar cumplimiento al decreto 211-10, el cual declara de carácter obligatorio la aplicación del Modelo CAF, (Marco Común de Evaluación).

El presente informe del Auto-Diagnostico CAF, es la conclusión de un conjunto de jornadas de trabajos con las diferentes direcciones, departamentos y divisiones de la Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA), realizadas y sustentadas en la guía CAF, para diagnosticar las debilidades y fortalezas de las diferentes áreas de la institución en función a los 9 criterios y 28 subcriterios del Marco Común de Evaluación.

Confiamos en el diseño e implementación del plan de acción de mejora como resultado de nuestra Autoevaluación, con el cual lograremos aumentar y potenciar nuestro rendimiento en la calidad de los servicios ofrecidos a nuestros usuarios-clientes, cumpliendo con las metas establecidas por la institución.

## **1 ASPECTOS GENERALES.**

### **1.1 MARCO INSTITUCIONAL**

#### **1.1.1. MISIÓN**

Satisfacer las necesidades de movilidad de los usuarios, a través de nuestro servicio estatal de autobuses.

#### **1.1.2. VISIÓN**

Ser la empresa de transporte publico colectivo preferida por los usuarios, con un servicio eficiente, eficaz, seguro y humano.

#### **1.1.3. VALORES INSTITUCIONALES**

- 1- Vocación de servicio
- 2- Puntualidad
- 3- Compromiso
- 4- Integridad
- 5- Transparencia

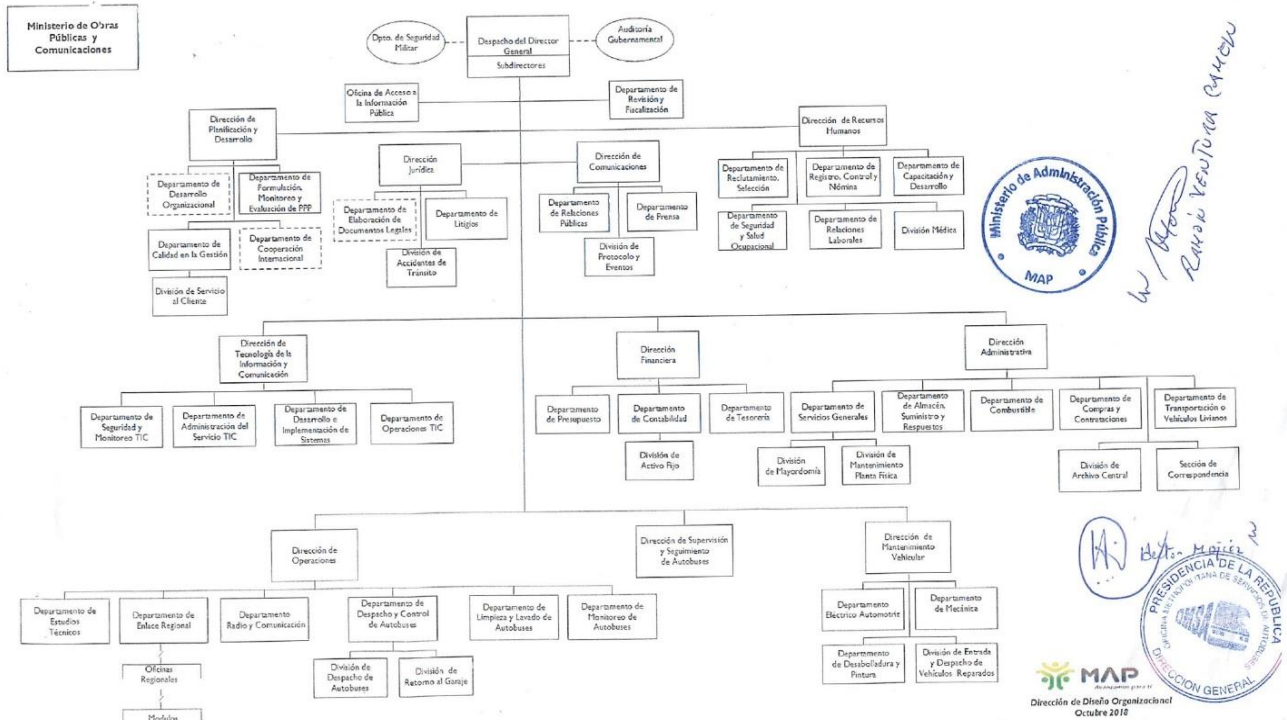
#### **1.1.4. BASE LEGAL**

La Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA), fue creada mediante el decreto No. 448-97 de fecha 21 de octubre de 1997, como un órgano dependiente de la Presidencia de La República, con las atribuciones de ofrecer los servicios de preparación, mantenimiento, reparación y despacho de la flota de autobuses de transporte público en las ciudades de Santo Domingo y Santiago. El 24 de febrero del año 2017, mediante la Ley 63-17. Art. 356, se reforma la **Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA)**, la cual pasa a ser una empresa pública o mixta pública-privada prestadora de servicio nacional de transporte de autobús.

- Constitución de la República Dominicana
- Ley 63-17 Sobre Transito Transporte y Seguridad Vial.
- Ley 1-12 sobre la Estrategia Nacional de Desarrollo de fecha 12 de enero de 2012.
- Ley 247-12 Orgánica de la Administración Pública de fecha 9 de agosto de 2102.
- Ley 41-08 de Función Pública.
- Ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones con modificaciones de Ley 449-06.
- Ley 567-05 de Tesorería Nacional.
- Decreto 211-10 que declara de carácter obligatorio la aplicación del Modelo CAF, (Marco Común de Evaluación).

# 1.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

ORGANIGRAMA OFICINA METROPOLITANA DE SERVICIOS DE AUTOBUSES (OMSA)



Dirección de Diseño Organizacional  
Octubre 2018

### **1.1.6. SERVICIOS**

Servicio de Transporte Interurbano

### **1.1.7. SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL.**

(Principales Objetivos y Líneas Estratégicas).

Asumimos (4) cuatro Ejes Estratégicos que orientan todo el accionar de nuestra institución y permiten alcanzar la misión institucional. Trazan el camino y permiten tener control sobre elementos o contenidos esenciales en la evolución y desarrollo organizacional

**La OMSA debe asumir y enfocarse en:**

- 1- Redireccionar la Institución.**
- 2- Eficientizar el servicio de transporte de pasajeros.**
- 3- Institucionalizar la marca de transporte urbano del Estado, creando valor público.**
- 4- Fortalecimiento Institucional.**

La implementación centrada en los esfuerzos de estos 4 Ejes estratégicos asegura la conexión y relación de los objetivos asumidos por la Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA).

La organización del PEI de la OMSA, parte de la deducción a la inducción, siguiendo la lógica de causas y efectos que se puede ver reflejada en la numeración en los distintos niveles.

En la misma línea se identificaron 4 Ejes a mejorar para el actual cuatrienio (Periodo de 4 años). Cada Eje Estratégico tiene su objetivo general y Objetivos específicos los cuales se logran a través de distintas líneas de acciones.

## Línea de acción:



## **2. RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTO EVALUACION**

### **2.1 PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS.**

Se presenta la Misión, Visión y Valores de la organización actualizada, implicando a los empleados y a los grupos de interés. Es evidente que dentro de las fortalezas identificadas en el autodiagnóstico CAF, está el excelente servicio de transporte público que ofrece nuestra institución.

Entre las fortalezas identificadas podemos mencionar: las unidades de la institución son fácilmente localizables, la disposición del conductor/cajero para ayudar a proporcionar un servicio confortable, gratificante y seguro, a su vez las condiciones de los autobuses (Limpieza, señalizaciones, apariencia de las unidades y del personal).

### **3. ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL**

Se identificaron que tenemos que fortalecer las informaciones suministradas a los colaboradores a través de los diferentes canales

#### **3.1. ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES.**

Se destacan 8 Subcriterios y 10 áreas a mejorar.

##### **1- Planificar, gestionar y mejorar los recursos humanos de acuerdo con la estrategia y planificación de forma transparente**

\* No se evidencia la Implementación del Sistema de Administración de los Servidores Públicos (SASP). \* **(Se está trabajando en la implementación del Sistema de administración de los Servicios Públicos).**

##### **2- Gestionar la información y el conocimiento.**

\* No se evidencia fortalecimiento en el uso de los canales informativos. \* **(Este se encuentra en proceso de implementación de una plataforma de información instantánea al colaborador al acceder a su usuario).**

##### **3- Gestionar las instalaciones.**

\*No se realizan simulacros de manera periódica. \* **Se contempla realizar simulacros de manera semestral.**

\*Poco avance, estamos en proceso de mejores soluciones para nuestra comunidad.

##### **4-. Identificar, diseñar, gestionar e innovar en los procesos de forma continua, involucrando a los grupos de interés.**



\* Poco avance, estamos en el desarrollo del involucramiento de los grupos de interés, para la toma de decisiones.

**5- Desarrollar y prestar servicios y productos orientados a los ciudadanos /clientes.**

\*Prevención y contaminación del medio ambiente. **\* Se comenzó a realizar jornadas de limpieza de playas, reforestaciones y demás actividades que favorecen al medio ambiente.**

**6- Mediciones de percepción.**

\*No contamos con mediciones de percepción. **\* Se está realizando una encuesta de satisfacción al usuario trimestral para la medición de la percepción del ciudadano ante el servicio prestado.**

**7- Mediciones del rendimiento organizacional indicadores de responsabilidad social**

\*No se evidencia suficiente valoración de medios. **Para el periodo 2021 en su segundo trimestre se comenzó a realizar la encuesta clima organizacional.**

**8- Resultados internos: nivel de eficiencia.**

\*No se evidencia el nivel de cumplimiento a nivel de concursos.

### **3.1.1. LIDERAZGO.**

- No se evidenciaron debilidades evidentes

### **3.1.2. PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA.**

Se aplica la diversidad y la gestión en la planificación y estrategia, mediante la definición de las prioridades, estableciendo el marco temporal, los procesos, proyectos y estructura organizativa adecuados.

Entre los procesos se encuentran recopilar, analizar y revisar de forma sistemática la información sobre los grupos de interés, sus necesidades, expectativas y su satisfacción.

Se recopila permanentemente y se analiza las informaciones de los grupos de interés evidenciando registros de reportes:

1. Plan Estratégico 2019-2022
2. Encuesta de Satisfacción al Cliente
3. Periódicos.
4. Comunicaciones.
5. Revista.
6. Medios Digitales.

### **3.1.3. PERSONAS.**

Prestar especial atención a las necesidades de los recursos humanos, para el desarrollo y funcionamiento de los servicios online y de administración electrónica (por ejemplo: ofreciendo formación e infraestructura).

Los colaboradores cuentan con los recursos necesarios para la realización de sus tareas.

También se evidencia que se presta especial atención a las necesidades de utilización de servicios en línea, a través de la oferta de actividades formativas desde el Centro de Capacitación en Política y Gestión Fiscal (CAPGEFI), y del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).

### **3.1.4. ALIANZAS Y RECURSOS.**

Desarrollar y mantener alianzas de trabajos en conexión con grupos de interés importantes (ciudadanos, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), grupos de presión y asociaciones profesionales además de industrias, otras autoridades, etc.).

Fomentar los vínculos interinstitucionales ha sido de las prioridades de la institución dentro de las cuales se encuentran acuerdos como:

1. Fundación Laso
2. UASD
3. ITLA
4. LIDOM
5. Instituto Tecnológico Superior. Comunitario.
6. Ruta Exclusiva Ciudad Juan Bosch.

### **3.1.5. PROCESOS.**

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).

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).

Identificar y asignar responsabilidades a los propietarios de los procesos (las personas que controlan todos los pasos del proceso).

Analizar y evaluar los procesos, riesgos y factores críticos de éxito, teniendo en cuenta los objetivos de la organización y su entorno cambiante.

## **4. ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS.**

### **4.1. RESULTADOS EN LOS CIUDADANOS/CLIENTES.**

Identificar los outputs (productos y servicios en los procesos nucleares).

#### **4.1.1. RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.**

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.)

#### **4.1.2. RESULTADOS CLAVE DEL RENDIMIENTO.**

Resultados de la participación a concursos, premios de calidad y certificaciones de la calidad del sistema de gestión (premios a la excelencia, etc.).

## **5. CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS.**

**La Oficina Metropolitana de Servicios De Autobuses** presenta una gran participación y potencialización de los procesos internos y externos en busca de mejoras continuas en materia de productos y servicios que beneficien la sociedad, la relación con los usuarios-clientes, permite identificar mediante procesos de recolección de datos las perspectivas tanto dentro y fuera de la institución para dar lugar a mejoras y proyectos que optimicen los servicios ofrecidos, atacando directamente las debilidades pertinentes de lugar.

Las fortalezas que resultaron con mejor valoración de visión externa fueron las siguientes: Las unidades de la institución son fácilmente localizables, la disposición del conductor/cajero para ayudar a proporcionar un servicio confortable, gratificante y seguro, a su vez las condiciones de los autobuses (Limpieza, señalizaciones, apariencia de las unidades y del personal).

Mientras que en las fortalezas internas se encuentran: Oferta de actividades formativas desde el Centro de Capacitación en Política y Gestión Fiscal (CAPGEFI), y del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). Además de velar por alianzas y recursos que

fomenten los vínculos interinstitucionales que beneficien a los empleados en otras vertientes.

En el marco de las lecciones aprendidas se ha identificado que se debe gestionar la información y el conocimiento fortaleciendo de nuestros canales informativos, contemplar la realización de simulacros de manera semestral, aumentar el involucramiento de los grupos de interés para la toma de decisiones. Desarrollar, prestar servicios y productos orientados a los Usuarios/clientes. Y por último Aumentar la Medición del rendimiento organizacional con mayores indicadores de responsabilidad social

## **6. ANEXO: GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN REALIZADA**

### **6.1. (Experiencias y aprendizajes, inconvenientes, etc., durante el proceso).**

(Documento remitido mediante comunicación oficial).