



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

**INFORME DE AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL  
(En base al Modelo CAF, de Excelencia en la Gestión)**

**Preparado por el Comité de Autoevaluación**

**Coordinador  
William A. Estévez**

**Evaluador (es)  
Jose A. Ortiz Beltre (secretario)  
Yileidy Lantigua (Miembro)  
Carla Acosta (Miembro)  
Julianny Cruz (Miembro)  
Purísima A. De León (Miembro)  
Braulio F. García (Miembro)  
Mary C. Storm Barinas (Miembro)**

**SANTO DOMINGO  
Junio de 2022**

# CONTENIDO

## Tabla de contenido

|  |    |
|--|----|
| RESUMEN EJECUTIVO .....                                    | 3  |
| ASPECTOS GENERALES.....                                    | 4  |
| 1.1    MARCO INSTITUCIONAL.....                            | 4  |
| 1.1.1. MISIÓN.....   | 4  |
| 1.1.2.    VISIÓN .....                                     | 4  |
| 1.1.3.    VALORES INSTITUCIONALES .....                    | 4  |
| 1.1.4.    BASE LEGAL.....                                  | 4  |
| 1.1.5.    ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....                    | 5  |
| 1.1.6.    SERVICIOS .....                                  | 5  |
| 1.1.7.    SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL..... | 6  |
| 1.    RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION.....        | 8  |
| 2.1    PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS.....           | 8  |
| 2.2    ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL. ....  | 8  |
| 2.2.1 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES.....  | 8  |
| 2.1.1 LIDERAZGO.....                                       | 8  |
| 2.1.2 PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA.....                      | 8  |
| 2.1.3 PERSONAS .....                                       | 9  |
| 2.2.2 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS.....  | 9  |
| 2.    CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS. ....            | 10 |
| 3.    RESUMEN DE PUNTUACIONES:.....                        | 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.

De igual forma se trabajó en Sistema Afinado Puntuación CAF que tiene como enfoque el PDCA (PLANIFICAR, DESARROLLAR, CONTROLAR Y AJUSTAR), tomando en cuenta el nivel más alto de todas las fases para determinar las áreas donde la mejora es necesaria, dándole puntaje e identificando el tipo de tendencia en la ejecución del objetivo y el rendimiento organizacional.

## 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.



### 1.1.7. SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL.

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- Redireccionarla 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.

### 1.1.8. LINEA DE ACCION:



## **1. RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION.**

### **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).

### **2.2 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

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

Se destacan 8 Subcriterios y 10 áreas a mejorar.

##### **2.1.1 LIDERAZGO**

**Subcriterio 1.4 Eje. 5:** No se evidencian áreas de mejoras, falta la implementación de un Sistema de Medición e involucramiento de políticos y otros grupos de interés en el desarrollo del sistema de gestión de la organización.

##### **2.1.2 PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA**

Con relación a este criterio no se identificaron áreas de mejoras.

### 2.1.3 PERSONAS

Con relación a este criterio no se identificaron áreas de mejoras.

### 2.1.4 ALIANZAS Y RECURSOS

**Subcriterio 4.6. Eje. 2:** No se realizan simulacros de manera periódica. \* Se contempla realizar simulacros de manera semestral.

### 2.1.5 PROCESOS

**Subcriterio 5.1. Eje. 3:** No se evidencia actualmente diferentes procesos de evaluación y riesgo, para asegurar el nivel de satisfacción.

**Subcriterio 5.2. Eje. 1:** No hemos tenido avances en la prevención y contaminación del medio ambiente.

**Subcriterio 5.3. Eje. 1:** No se han realizado actualizaciones periódicas al mapa de procesos.

## 2.2.2 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS

### 2.2.1 RESULTADOS EN LOS CIUDADANOS/CLIENTES.

**Subcriterio 6.1. Eje. 7:** No se evidencia un cumplimiento total en el sistema de digitalización de la organización.

**Subcriterio 6.2. Eje. 2:** No se evidencia un Dashboard sistemático para medir simultáneamente los datos.

### 2.2.2 RESULTADOS EN LAS PERSONAS

**Subcriterio 7.1. Eje. 6:** No se evidencia un mayor involucramiento en actividades de responsabilidad social.

**Subcriterio 7.1. Eje. 8:** No se evidencia un cumplimiento total.

### 2.2.3 RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

**Subcriterio 8.1. Eje. 5:** No se evidencia un impacto constante en el tiempo actualmente, este se puede mejorar con políticas o innovación en vehículos eléctricos.

#### 2.2.4 RESULTADOS CLAVE DEL RENDIMIENTO.

Con relación a este criterio no se identificaron áreas de mejoras

## **2. 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

### 3. RESUMEN DE PUNTUACIONES:

| <b>Institución:</b>   |                              |                                 |
|---|------------------------------|---------------------------------|
| <b>Crterios</b>   | <b>Puntos Totales Actual</b> | <b>Puntos Totales Propuesto</b> |
| <b>1: Liderazgo (140 puntos)</b>  | 130                          | 140                             |
| <b>2: Estrategia y Planificación (140 puntos)</b>                           | 130                          | 140                             |
| <b>3: Personas (100 puntos)</b>   | 96                           | 100                             |
| <b>4: Alianzas (100 puntos)</b>   | 93                           | 100                             |
| <b>5: Procesos (120 puntos)</b>   | 107                          | 120                             |
| <b>6: Resultados orientados a los Clientes/<br/>Ciudadanos (100 puntos)</b> | 95                           | 100                             |
| <b>7: Resultados en las Personas (100 puntos)</b>                           | 95                           | 100                             |
| <b>8: Resultados en la Sociedad (100 puntos)</b>                            | 97                           | 100                             |
| <b>9: Resultados Clave de Rendimiento (100 puntos)</b>                      | 98                           | 100                             |
| <b>Puntuación Total (sobre 1000 puntos)</b>                                 | <b>939</b>                   | <b>1000</b>                     |