

1.- LIDERAZGO

ASPECTOS A ANALIZAR	BI	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Definición de liderazgo y/o perfil de los líderes							0	0,00	0,00	0,00
Recepción por los líderes de formación en Gestión de la Calidad (por ejemplo: Modelo EFQM, ISO 9000, Gestión por Procesos, etc							0	0,00	0,00	0,00
Definición, desarrollo y difusión de la Misión							0	0,00	0,00	0,00
Definición, desarrollo y difusión de la Visión							0	0,00	0,00	0,00
Definición, desarrollo y difusión de los Valores							0	0,00	0,00	0,00
Comportamiento coherente de los líderes con la M, V y V, actuando como modelo de referencia							0	0,00	0,00	0,00
Participación de los líderes en actividades de mejora con clientes y proveedores							0	0,00	0,00	0,00
Impulso o apoyo de los líderes a iniciar cambios y acciones de mejora							0	0,00	0,00	0,00
Participación de los líderes en actividades internas de mejora							0	0,00	0,00	0,00
Apoyo de los líderes a la asunción de responsabilidades del resto de trabajadores y a la creatividad y a la innovación							0	0,00	0,00	0,00
Accesibilidad y escucha de los líderes							0	0,00	0,00	0,00
Promoción por los líderes de formación e implantación de sistemas de calidad							0	0,00	0,00	0,00
Reconocimiento oportuno y adecuado de los esfuerzos y logros de las personas por los líderes							0	0,00	0,00	0,00
Participación de los líderes en actividades externas de difusión de la calidad							0	0,00	0,00	0,00
Planificación/utilización de sistemas para evaluar/revisar el liderazgo							0	0,00	0,00	0,00
Disponibilidad y utilización de indicadores para evaluar la efectividad del liderazgo							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y priorización de oportunidades de mejora del liderazgo mediante la medición y el aprendizaje							0	0,00	0,00	0,00
Planificación o puesta en marcha de acciones de mejora en la gestión del liderazgo							0	0,00	0,00	0,00
TOTAL CRITERIO 1									0,00	0,00

2.- ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación y diferenciación de los grupos de interés							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y utilización de medios para obtener información sistemática de los grupos de interés							0	0,00	0,00	0,00
Las necesidades y expectativas de los grupos de interés son el fundamento para la definición de los planes y objetivos							0	0,00	0,00	0,00
Identificación de otras fuentes relevantes de información acerca de competidores, nuevas tecnologías, etc.							0	0,00	0,00	0,00
Definición de sistemas para analizar y distribuir la información de competidores, nuevas tecnologías, etc							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y definición de los procesos clave							0	0,00	0,00	0,00
Establecimiento de los objetivos mediante un proceso de reflexión definido, estructurado y consensuado (con la Dirección)							0	0,00	0,00	0,00
Elaboración de documento(s) que recoja(n) los objetivos y la planificación de actividades para garantizar que se alcanzan los objetivos							0	0,00	0,00	0,00
Despliegue de los objetivos en los procesos							0	0,00	0,00	0,00
Comunicación de los objetivos a los trabajadores y verificación de su conocimiento							0	0,00	0,00	0,00
Planificación/utilización de sistemas para evaluar/revisar periódicamente la estrategia, planes y objetivos							0	0,00	0,00	0,00
Disponibilidad y utilización de indicadores para evaluar la importancia y efectividad de la estrategia, los planes y los objetivos							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y priorización de oportunidades de mejora de la política y estrategia mediante la medición y el aprendizaje							0	0,00	0,00	0,00
Planificación o puesta en marcha de acciones de mejora respecto a la planificación y estrategia							0	0,00	0,00	0,00
TOTAL CRITERIO 2									0,00	0,00

3.- PERSONAS

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Planificación de la plantilla necesaria en relación a la actividad, presupuesto y objetivos							0	0,00	0,00	0,00
Incorporación del personal con garantía de adaptación al puesto (perfiles, descripciones de puestos...)							0	0,00	0,00	0,00
Incorporación del personal mediante planes de acogida u otros sistemas							0	0,00	0,00	0,00
Planes de formación con el fin de favorecer el desarrollo de competencias y capacidades							0	0,00	0,00	0,00
Ayuda a las personas a conseguir los objetivos establecidos, a mejorar su desempeño y a evaluar sus logros (rendimiento)							0	0,00	0,00	0,00
Estructuración en equipos para mejorar la forma de trabajar y garantizar una atención más eficaz y ágil a clientes y grupos de interés							0	0,00	0,00	0,00
Fomento y apoyo de la participación de las personas en actividades de mejora (grupos, elaboración de protocolos, procesos,...)							0	0,00	0,00	0,00
Desarrollo y utilización de canales de comunicación interna (reuniones, comisiones, grupos, boletines, intranet,...)							0	0,00	0,00	0,00
Utilización de sistemas de reconocimiento a la implicación en la consecución de objetivos, esfuerzos o logros							0	0,00	0,00	0,00
Adopción de medidas para garantizar la seguridad y la salud laborales							0	0,00	0,00	0,00
Planificación/utilización de sistemas para evaluar/revisar periódicamente la gestión de las personas							0	0,00	0,00	0,00
Disponibilidad y utilización de indicadores para evaluar la efectividad de la gestión de las personas							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora en la gestión de las personas mediante la medición y el aprendizaje							0	0,00	0,00	0,00
Planificación o puesta en marcha de acciones de mejora respecto a la gestión de las personas							0	0,00	0,00	0,00
TOTAL CRITERIO 3									0,00	0,00

4.- ALIANZAS Y RECURSOS

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación de los aliados clave y establecimiento de alianzas en línea con la política y estrategia							0	0,00	0,00	0,00
Estructuración de relaciones con los aliados (acuerdos, reuniones, procesos comunes, ...) para mejorar los procesos y ofrecer mayor satisfacción a los clientes							0	0,00	0,00	0,00
Gestión del presupuesto en apoyo de los objetivos económicos y de actividad							0	0,00	0,00	0,00
Valoración y priorización de las inversiones en función de su efectividad							0	0,00	0,00	0,00
Utilización de indicadores económico-financieros							0	0,00	0,00	0,00
Planificación del uso de edificios, equipos y materiales en función de un mejor aprovechamiento y desarrollo de las actividades diarias							0	0,00	0,00	0,00
Evaluación de los productos y servicios de los proveedores							0	0,00	0,00	0,00
Optimización de los inventarios y rotación de los materiales							0	0,00	0,00	0,00
Minimización de los desperdicios y reciclaje de los recursos no renovables							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y evaluación de las nuevas tecnologías antes de su posible incorporación e implantación							0	0,00	0,00	0,00
Introducción de nuevas tecnologías en función de la estrategia y del impacto en los clientes							0	0,00	0,00	0,00
Recogida, análisis y distribución de la información necesaria para el desarrollo del trabajo y la toma de decisiones							0	0,00	0,00	0,00
Garantía de la precisión y seguridad de la información							0	0,00	0,00	0,00
Gestión de la transmisión y utilización del conocimiento de las personas							0	0,00	0,00	0,00
Planificación/utilización de sistemas para evaluar/revisar la gestión de las alianzas externas y los recursos internos							0	0,00	0,00	0,00
Disponibilidad y utilización de indicadores para evaluar la efectividad de la gestión de las alianzas externas y los recursos internos							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora de la gestión de las alianzas externas y de los recursos internos mediante la medición y el aprendizaje							0	0,00	0,00	0,00
Planificación o puesta en marcha de acciones de mejora respecto a la gestión de las alianzas externas y los recursos internos							0	0,00	0,00	0,00
TOTAL CRITERIO 4									0,00	0,00

5.- PROCESOS

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación y diseño de procesos y subprocesos (Mapas de procesos, ISO)							0	0,00	0,00	0,00
Definición y documentación de los procesos (gestor, misión, clientes, entradas, salidas, diagramas de flujo...)							0	0,00	0,00	0,00
Existencia de objetivos e indicadores de los procesos para gestionar y medir la eficacia de los mismos							0	0,00	0,00	0,00
Introducción de cambios y mejoras en los procesos, comunicación a los grupos de interés y evaluación de resultados							0	0,00	0,00	0,00
Implicación proactiva con los clientes para debatir y abordar sus necesidades, expectativas y preocupaciones (grupos de opinión, asociaciones...)							0	0,00	0,00	0,00
Diseño y mejora de los servicios y productos en función de las necesidades y expectativas de los clientes							0	0,00	0,00	0,00
Utilización de encuestas y otras informaciones (quejas, felicitaciones, opiniones, sugerencias,...) recogidas del contacto habitual con los clientes para definir objetivos e implantar mejoras							0	0,00	0,00	0,00
Atención y gestión de quejas y reclamaciones de los clientes							0	0,00	0,00	0,00
Planificación/utilización de sistemas para evaluar/revisar periódicamente la gestión de los procesos y la orientación al cliente							0	0,00	0,00	0,00
Disponibilidad y utilización de indicadores para evaluar la efectividad de la gestión de los procesos y la orientación al cliente							0	0,00	0,00	0,00
Identificación y priorización de las posibles oportunidades de mejora de la gestión de los procesos mediante la medición, el aprendizaje y la orientación al cliente							0	0,00	0,00	0,00
Planificación o puesta en marcha de acciones de mejora respecto a la gestión de los procesos y la orientación al cliente							0	0,00	0,00	0,00
TOTAL CRITERIO 5									0,00	0,00

6.- RESULTADOS EN LOS CLIENTES

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación de todos los clientes (los diferentes tipos de clientes)							0	0,00	0,00	
Identificación de los aspectos significativos y su importancia relativa para lograr la satisfacción de nuestros clientes							0	0,00	0,00	
Definición de indicadores directos (de percepción de los clientes) referentes al servicio y atención que se les ofrece							0	0,00	0,00	
Recogida periódica y estructurada de información del grado de satisfacción de los clientes (encuestas, grupos de trabajo y/o focales)							0	0,00	0,00	
Tendencias de los datos de percepción de la satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores directos de percepción de la satisfacción de los clientes.							0	0,00	0,00	
Comparaciones con organizaciones similares en resultados de percepción de satisfacción de clientes.							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados obtenidos de la percepción de la satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores directos para las áreas relevantes de la percepción de la satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados de percepción de clientes							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
Identificación de indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de los clientes que completan la obtenida de la percepción							0	0,00	0,00	
Recogida periódica y estructurada de indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Tendencias de los datos indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Comparaciones con organizaciones similares en resultados indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de clientes							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados obtenidos de los indicadores indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de clientes							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores de rendimiento interno para las áreas relevantes de la satisfacción de los clientes							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de clientes							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
TOTAL CRITERIO 6										0,00

7.- RESULTADOS EN LAS PERSONAS

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación de los aspectos significativos y su importancia relativa acerca de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Definición de los indicadores directos relacionados con la percepción de las personas referentes a la satisfacción de éstas							0	0,00	0,00	
Recogida periódica y estructurada de información del grado de satisfacción de las personas mediante encuestas, grupos de trabajo y/o grupos focales							0	0,00	0,00	
Tendencias de los datos de percepción de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores directos (de percepción) de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Comparaciones con organizaciones similares en resultados directos (de percepción) de satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados directos (de percepción) obtenidos en la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores directos para las áreas relevantes de la percepción de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados directos (de percepción) de satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
Identificación de indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Recogida periódica y estructurada de indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Tendencias de los datos indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Comparaciones con organizaciones similares en resultados indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados indirectos (de rendimiento interno) obtenidos en la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores de rendimiento interno para las áreas relevantes de la satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de las personas							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
TOTAL CRITERIO 7										0,00

8.- RESULTADOS EN LA SOCIEDAD

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación de las necesidades y expectativas de la sociedad (ecología, contaminación, obras sociales...) excluidas las de la propia Misión							0	0,00	0,00	
Establecimiento de estrategia y planes respecto al impacto social							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores directos de percepción del entorno social							0	0,00	0,00	
Recogida periódica y estructurada de indicadores directos (de percepción) mediante encuestas, informes, reuniones... con representantes y autoridades sociales							0	0,00	0,00	
Tendencias de los datos directos (de percepción) de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores directos (de percepción) de la satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Comparaciones con organizaciones similares en resultados directos (de percepción) de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados directos (de percepción) de la satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores para las áreas relevantes de la percepción de la satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados directos de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
Identificación de indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Recogida periódica y estructurada de indicadores indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Tendencias de los datos indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con organizaciones similares en resultados indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados indirectos (de rendimiento interno) de la satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores indirectos (de rendimiento interno) para las áreas relevantes de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados indirectos (de rendimiento interno) de satisfacción de la sociedad							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
TOTAL CRITERIO 8										0,00

9.- RESULTADOS CLAVE

ASPECTOS A ANALIZAR	BL	Nada	Poco	Bast	Much	Tot	Valor	Media	S100	P. Pond
Identificación de resultados clave en línea con la estrategia, planes y procesos							0	0,00	0,00	
Consenso acerca de los resultados clave al menos a nivel de los responsables (líderes, directivos)							0	0,00	0,00	
Tendencias de los resultados clave							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los resultados clave							0	0,00	0,00	
Comparaciones de resultados clave con organizaciones similares							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados clave							0	0,00	0,00	
Utilización de los resultados clave para las áreas relevantes de gestión							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en resultados clave							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
Definición de indicadores clave							0	0,00	0,00	
Consenso acerca de los indicadores clave al menos a nivel de los responsables (líderes, directivos)							0	0,00	0,00	
Tendencias de los indicadores clave							0	0,00	0,00	
Establecimiento y cumplimiento sucesivos de objetivos para los indicadores clave							0	0,00	0,00	
Comparaciones de resultados de los indicadores clave con organizaciones similares							0	0,00	0,00	
Establecimiento de planes, objetivos y equipos de mejora en función de los resultados de los indicadores clave							0	0,00	0,00	
Utilización de indicadores clave para las áreas relevantes de gestión							0	0,00	0,00	
Aprendizaje de las comparaciones con otras organizaciones más avanzadas o consideradas como las mejores en los resultados de los indicadores clave							0	0,00	0,00	
SUBTOTAL										0,00
TOTAL CRITERIO 9										0,00