

Plan de acción y sistema de monitoreo

Grupo 3:

Ana Cristina Castro

Elizabeth Muñoz

Yahaira Navarro





Agenda

1. Resumen estado actual
2. Plan de mejora
3. Proyecto
4. Estrategias de implementación (según estado actual)

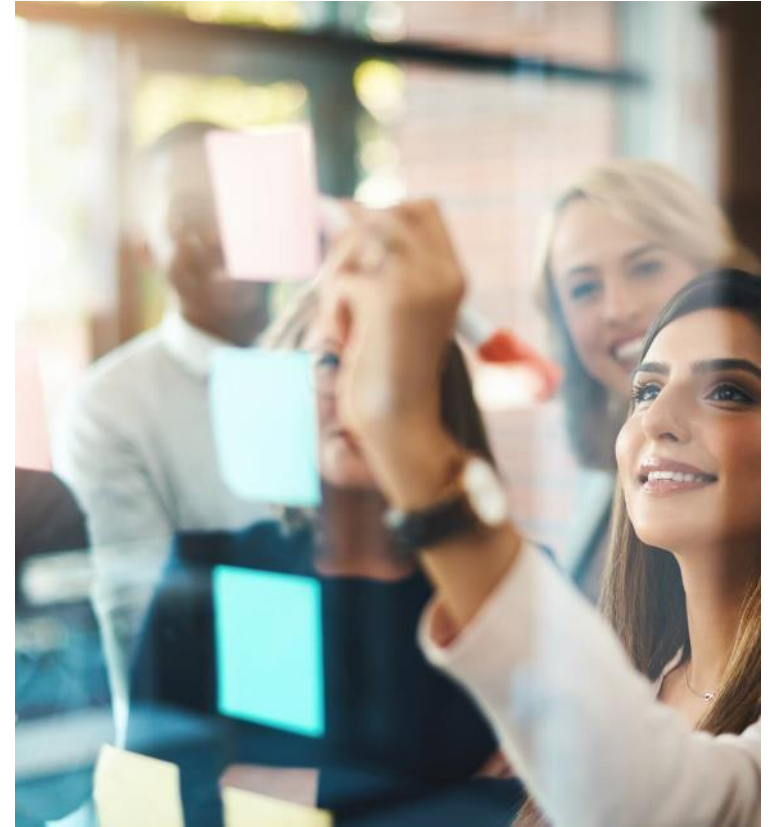
Introducción

Un plan de mejora consiste en una serie de acciones planteadas, organizadas integradas y sistematizadas que implementa una institución para producir cambios en los resultados de su gestión, en las áreas de mejora identificadas en el proceso de autoevaluación.

“GUÍA PARA LA ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEJORA INSTITUCIONAL”

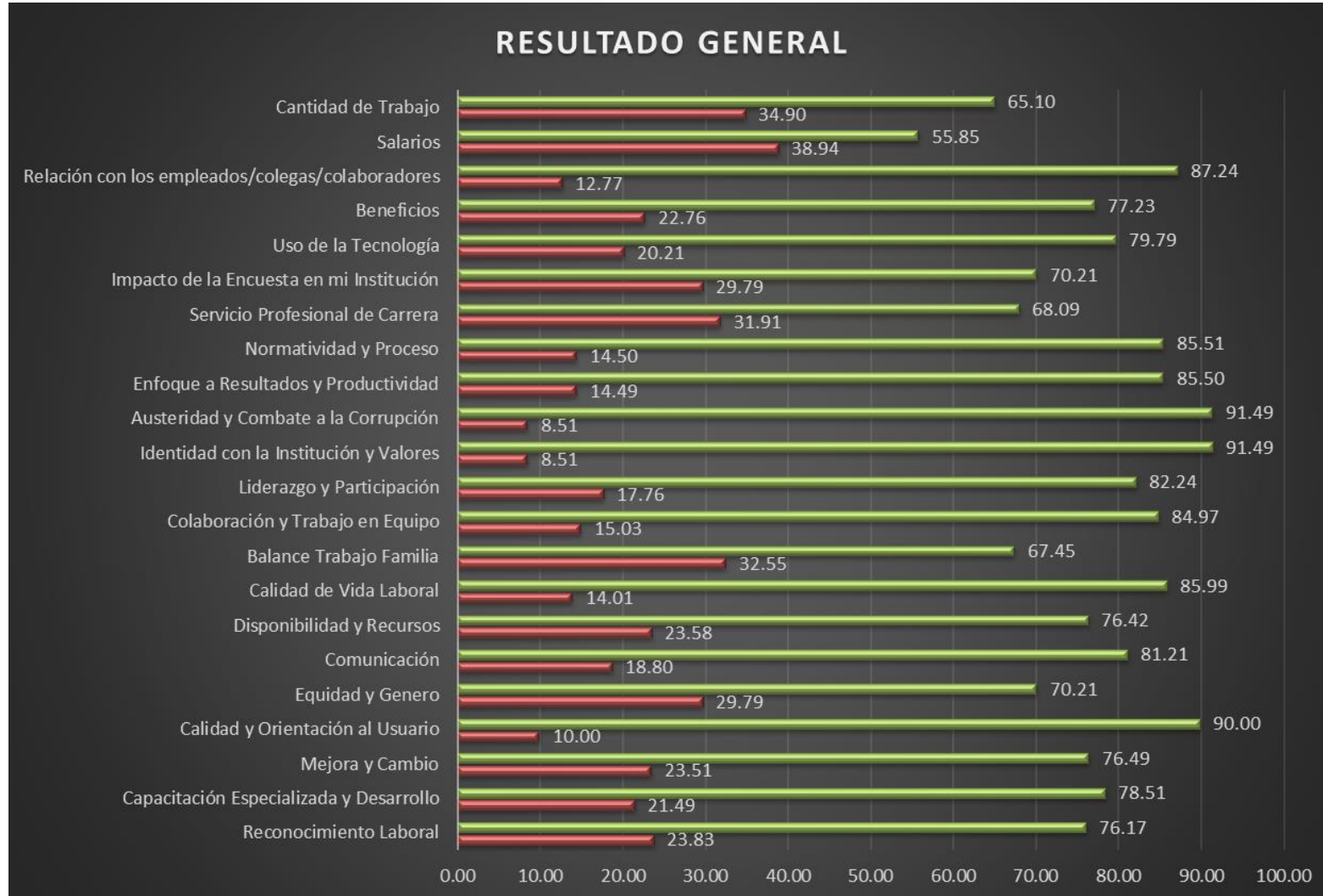
SGC-MAP / GUI-DEGI-001. Ver. 02





1. Resumen estado actual

Clima Organizacional



Clima Organizacional



Planificar

Planificación

37.05

Planificación	Resultado
Crea un equipo de proyecto con políticas y otras estructuras.	2.85
¿Cuál es el resultado que le gustaría lograr? ¿Cómo llegará a este punto? Establezca sus claves, así como los términos de referencia.	2.85
Cree un caso para los cambios que le gustaría realizar.	2.85
Seleccione un procedimiento de gestión de cambios comprobado que le ayudará a cambiar su empresa.	2.85
Establezca su plan en un formato fácil de seguir.	2.85
Averigüe si algún obstáculo podría impedirle alcanzar sus objetivos y, de ser así, idee estrategias de mitigación.	2.85
Averigüe si existen riesgos y cree estrategias de mitigación	2.85
Asegúrese de contar con los recursos necesarios para llevar a cabo su plan.	2.85
Vea si hay algún costo involucrado y, de ser así, tómese el tiempo para planificar un presupuesto.	2.85
Encuentre quiénes serán los más afectados por el cambio: mapee sus partes interesadas.	2.85
Explore formas de involucrar a los afectados por el cambio.	2.85
Asigne responsabilidades a los miembros relevantes de su personal.	2.85
Establezca líneas de tiempo.	2.85

Planificar

Liderazgo

11.4

Liderazgo	Resultado
Asegúrese de que todos los miembros del equipo de liderazgo de su empresa comprendan completamente las metas y los objetivos de este cambio y puedan hablar con los empleados al respecto.	2.85
Identifique “patrocinadores” o “campeones” del cambio que puedan ayudar a liderar iniciativas y ser la cara pública de su campaña de cambio.	2.85
Desarrolle la comprensión de sus patrocinadores y defensores de sus roles y responsabilidades, así como la iniciativa de cambio.	2.85
Asegúrese de que sus patrocinadores y campeones puedan transmitir sus mensajes clave y compartirlos.	0
Establezca expectativas claras de sus gerentes sobre el papel que desempeñarán en el éxito o el fracaso de su campaña de cambio.	0
Los mandos intermedios pueden ayudar a desempeñar un papel crucial a la hora de encontrar y hacer frente a cualquier resistencia al cambio entre el personal que manejan. En este caso, necesitarán entrenamiento para ayudarlos con este rol.	2.85

Planificar

Comunicación

17.1

Comunicación	Resultado
Cree un plan de comunicación	2.85
Seleccione los mensajes clave sobre su iniciativa de cambio y su proceso	2.85
Encuentre grupos de audiencia	0
Cree recursos de información relevantes en diferentes formatos y para diferentes públicos, si es posible.	0
Establezca los canales de comunicación que va a utilizar.	2.85
Averigüe quién será el que compartirá todas las comunicaciones. Por ejemplo, el director ejecutivo, supervisores, patrocinador del proyecto, otros.	2.85
Mida la frecuencia con la que compartirá sus mensajes	2.85
Entregue la responsabilidad de las tareas de comunicación.	0
Cree procesos que permitan la comunicación bidireccional.	0
Supervise y estudie el éxito de su estrategia de comunicación.	2.85

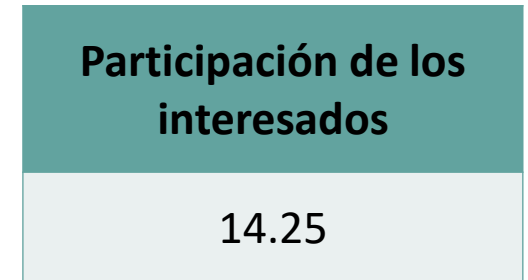
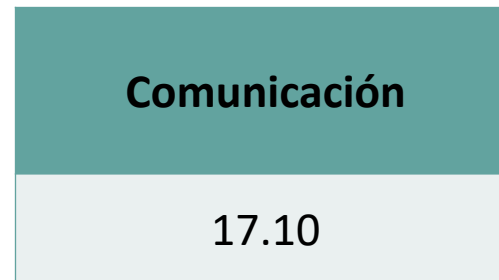
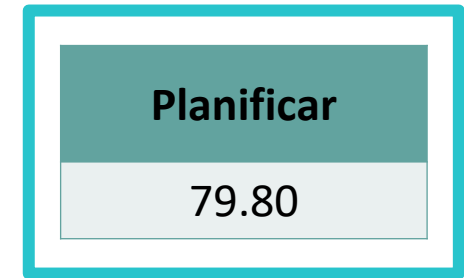
Planificar

Participación de los interesados

14.25

Participación de los interesados	Resultado
Identifique a las partes interesadas, internas y externas, que podrían verse afectadas por su iniciativa de cambio.	2.85
Discuta y únase a sus grupos de partes interesadas para ver cómo se sienten acerca del cambio y qué trabajo se debe hacer para que estén listos para aceptarlo.	0
Facilite el intercambio de información entre las partes interesadas. Para ello, puede considerar eventos, reuniones informativas y otras actividades como parte o junto con su estrategia de comunicación.	2.85
Brinde oportunidades para la comunicación bidireccional.	2.85
Registre los comentarios o los problemas que surgieron una vez que consultó con sus partes interesadas.	2.85
Informe el progreso a las partes interesadas.	2.85

Planificar



Contexto

Contexto

76.38

	'Frutos al Alcance' Sistema listo para el cambio (FA)	'Obstáculos Habituales' El cambio requiere esfuerzo y energía (OH)	'Muros de Ladrillo' El sistema está reaccionando al cambio (ML)
1. Naturaleza del problema o de la oportunidad	0	5.5	0
2. Causa del cambio	9.09	0	0
3. Beneficio/Riesgo	9.09	0	0
4. Apoyo de los principales grupos de clientes	0	5.45	0
5. Apoyo por parte del grupo de clientes primarios externos	9.09	0	0
6. Barreras sistémicas	0	5.45	0
7. Financiamiento	9.09	0	0
8. Pago o retorno de inversión	9.09	0	0
9. Velocidad de implementación	0	5.45	0
10. Impacto a los usuarios finales	0	5.45	0
11. Dentro de su área de influencia	0	0	3.63

Índice de dificultad

Índice de dificultad	Planificar	Contexto	Clima
78.39	79.80	76.38	79.00

Nota:

Si el Índice de Dificultad es mayor de 75, haga el cambio. ¡Lo logrará!

Si el Índice de Dificultad está entre 60 y 75, usted tendrá que planificar bien y hacer frente a las dificultades.

Si el Índice de Dificultad es 60 o menos, usted enfrentará una considerable resistencia al cambio. Para este tipo de proyectos, usted necesita tiempo para generar una gran cantidad de apoyo y reducir el riesgo.



“The way to get started is to quit talking and begin doing”

Walt Disney

2. Plan de Mejora Institucional

Plan de Mejora Institucional

No.	Criterio No.	Subcriterio No.	Área de Mejora	Acción de Mejora	Objetivo	Tareas	Tiempo (Inicio)	Tiempo (Fin)	Recursos necesarios	Indicador	Responsable de seguimiento	Comentarios
1	LIDERAZGO	Subcriterio 1.3 Inspirar, motivar y apoyar a las personas en la organización y actuar como modelo de referencia.	Mejorar el impacto de la encuesta de clima organizacional.	Implementar una estrategia de comunicación asertiva para informar los avances de las acciones implementadas en aras de mejorar el clima organizacional.	Mejorar la percepción positiva de los colaboradores en relación con las acciones implementadas para mejorar el clima organizacional.	Elaboración de Plan Institucional de Control y Seguimiento de las Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.	Enero 2024	Junio 2024	Manual Maestro. Plan de Gestión de Recursos Humanos. Plantillas de control y seguimiento. Comisión Institucional de Clima Organizacional. Encuesta de Clima Organizacional.	% de implementación del Plan Institucional de Control y Seguimiento de las Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.	Comisión Institucional de Clima Organizacional.	De acuerdo con el resultado de la encuesta de clima organizacional se determinó que solamente el 70.21% considera que el impacto de la encuesta en la institución es positivo, mientras que un 29.79% tienen una percepción negativa, razón por la cual se considera importante implementar una serie de acciones para mejorar la percepción de los colaboradores en relación con las acciones implementadas en las diferentes áreas de mejora.
						Elaboración del Plan Institucional de Comunicación de los Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.	Enero 2024	Junio 2024	Plan Institucional de Capacitación. Campus Virtual. Redes Sociales. Correos electrónicos. Personal de la Dirección de Gestión de Talento Humano. Comisión Institucional de Clima Organizacional Encuesta de Clima Organizacional.	% de implementación de Plan Institucional de Comunicación de los Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.	Jefe de Departamento de Capacitación y Comunicación de la DGTH. Comisión Institucional de Clima Organizacional.	



3. Proyecto

Tabla de Proyecto

Objetivo:

Establecer los aspectos generales del proyecto “Mejoramiento de la percepción de los colaboradores en relación con las acciones implementadas para mejorar el clima organizacional”.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Nombre del proyecto:	Mejoramiento de la percepción positiva de los colaboradores en relación con las acciones implementadas para mejorar el clima organizacional.		
Tipo de proyecto:	Mejora de Gestión Institucional.		
Gerente del proyecto:	Presidente de Comisión de Clima Organizacional.	Sponsor del proyecto:	Alta Administración
Fecha inicio:	Enero 2024	Fecha fin:	Diciembre 2025

Tabla de Proyecto

2. RESUMEN DEL PROYECTO

¿Cuál es el propósito del proyecto, por qué es necesario hacerlo, cuál es la solución propuesta?

Mejorar la percepción positiva de los colaboradores en relación con las acciones implementadas para mejorar el clima organizacional. El proyecto se hace necesario, debido a que de acuerdo con el resultado de la encuesta de clima organizacional se determinó que solamente el 70.21% considera que el impacto de la encuesta en la institución es positivo, mientras que un 29.79% tienen una percepción negativa, razón por la cual se considera importante implementar una serie de acciones para mejorar la percepción de los colaboradores en relación con las acciones implementadas en las diferentes áreas de mejora, dentro de las cuales destaca la elaboración del Plan Institucional de Control y Seguimiento de las Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional y el Plan Institucional de Comunicación de Información de los Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

General:

Mejorar la percepción positiva de los colaboradores en relación con las acciones implementadas para mejorar el clima organizacional.

Específicos:

- Elaborar el Plan Institucional de Control y Seguimiento de las Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.
- Elaborar el Plan Institucional de Comunicación de Información de los Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.

Tabla de Proyecto

4. ALCANCE DEL PROYECTO

¿Qué entregables se van a generar durante el proyecto? (Ej.: sistemas operativos, documentos de soporte, infraestructura)

Entregables de la Etapa de conceptualización y planificación del Proyecto:

- Plan Institucional de Control y Seguimiento de las Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.
- Plan Institucional de Comunicación de Información de los Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional.

Entregable de la Etapa de Ejecución:

- Informes Mensuales de seguimiento.
- Informes Semestrales de Análisis de Resultados y Acciones de Mejora.

¿Qué no está en el alcance del proyecto?

El Proyecto no contempla aumentar las partidas presupuestarias relacionadas con comunicación e imagen. Así como, la partida de capacitación, por lo que se trabajará con el monto autorizado en los últimos tres años, lo anterior debido a las restricciones presupuestarias emitidas por el Gobierno de la República, de tal forma que se requiere hacer un uso eficiente de los recursos disponibles.

Tabla de Proyecto

5. METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN

¿Cuál será la metodología por utilizar para la implementación?

La metodología que se implementará en el proyecto corresponde a la Metodología de Administración de Proyectos aprobadas en la Institución. El ciclo de vida del proyecto se considerará como predictivo, para lo cual se tienen tres fases:

Fase inicial: en la cual se identifica la necesidad y se elabora el Acta de Constitución del Proyecto (Project Charter), mediante la cual se definen la justificación, objetivos, requisitos generales y límites del proyecto, descripción general de proyecto y definición de entregables, identificación de riesgos, preliminares, presupuesto preliminar, cronograma, criterios de aprobación, definición de Director de proyecto, identificación de interesados principales. Todo lo anterior, con la debida autorización y firma del Patrocinador (Sponsor en este caso la Alta Administración).

Fases Intermedias (Planificación, Ejecución y Seguimiento): en la planificación se definirán los planes que forman parte fundamental de los entregables del proyecto. En la ejecución se implementarán las acciones señaladas en Plan Institucional de Control y Seguimiento de las Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional y el Plan Institucional de Comunicación de Información de los Acciones Implementadas para mejorar el clima organizacional. Asimismo, se procederá con el seguimiento de las acciones señaladas en los respectivos planes, mediante informes de seguimiento y las retroalimentaciones respectivas mediante charlas, boletines, talleres, entre otros.

Fase Final o de cierre: se elaborará el informe de cierre de proyecto, mediante el cual se analizarán los resultados obtenidos a lo largo de todo el proyecto. Adicionalmente, se actualizará el banco de lecciones aprendidas de la organización y se realizarán el taller de cierre.

Tabla de Proyecto

6. REQUERIMIENTOS

¿Qué requerimientos son necesarios para poder implementar el proyecto? (Ej.: contar con una base de datos de usuarios, contar con el aval de alguna entidad, contar con recursos específicos, aprobaciones, otros)

- Manual Maestro.
- Plan de Gestión de Recursos Humanos.
- Plantillas de control y seguimiento.
- Encuesta de Clima Organizacional.
- Plan Institucional de Capacitación.
- Campus Virtual.
- Plataformas digitales.
- Personal de la Dirección de Gestión de Talento Humano.
- Comisión Institucional de Clima Organizacional
- Partidas presupuestarias comunicación e imagen. Así como, la partida de capacitación.

Tabla de Proyecto

7. GRUPOS DE INTERÉS

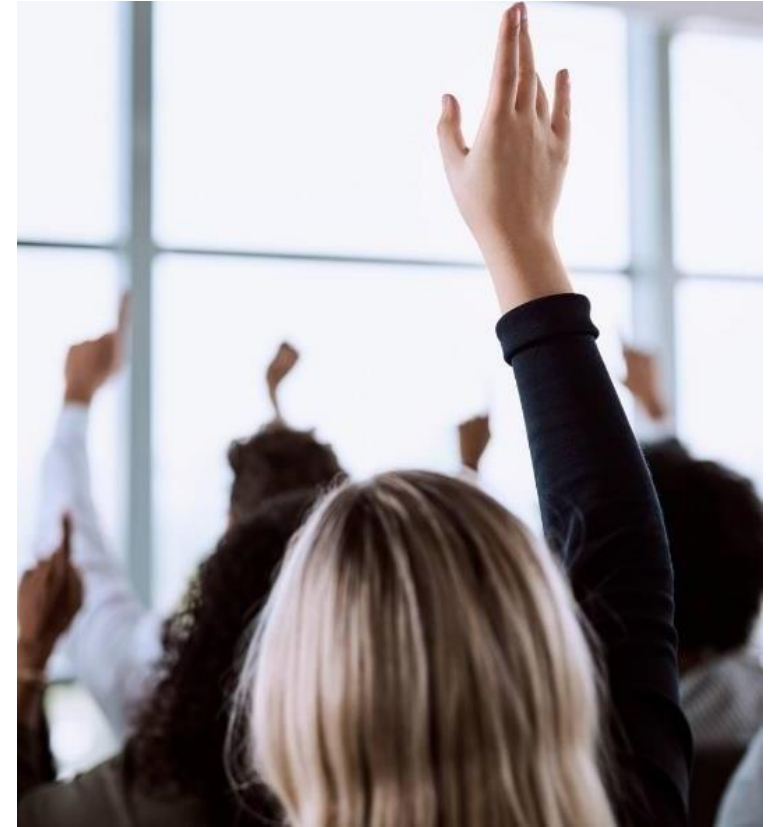
¿Quiénes son las personas o grupos de personas que se verán impactados o afectados por el proyecto?

- Alta Administración.
- Comisión Institucional de Clima Organizacional.
- Funcionarios de la Institución.
- Clientes externos (ciudadanía).

8. EQUIPO DE PROYECTO

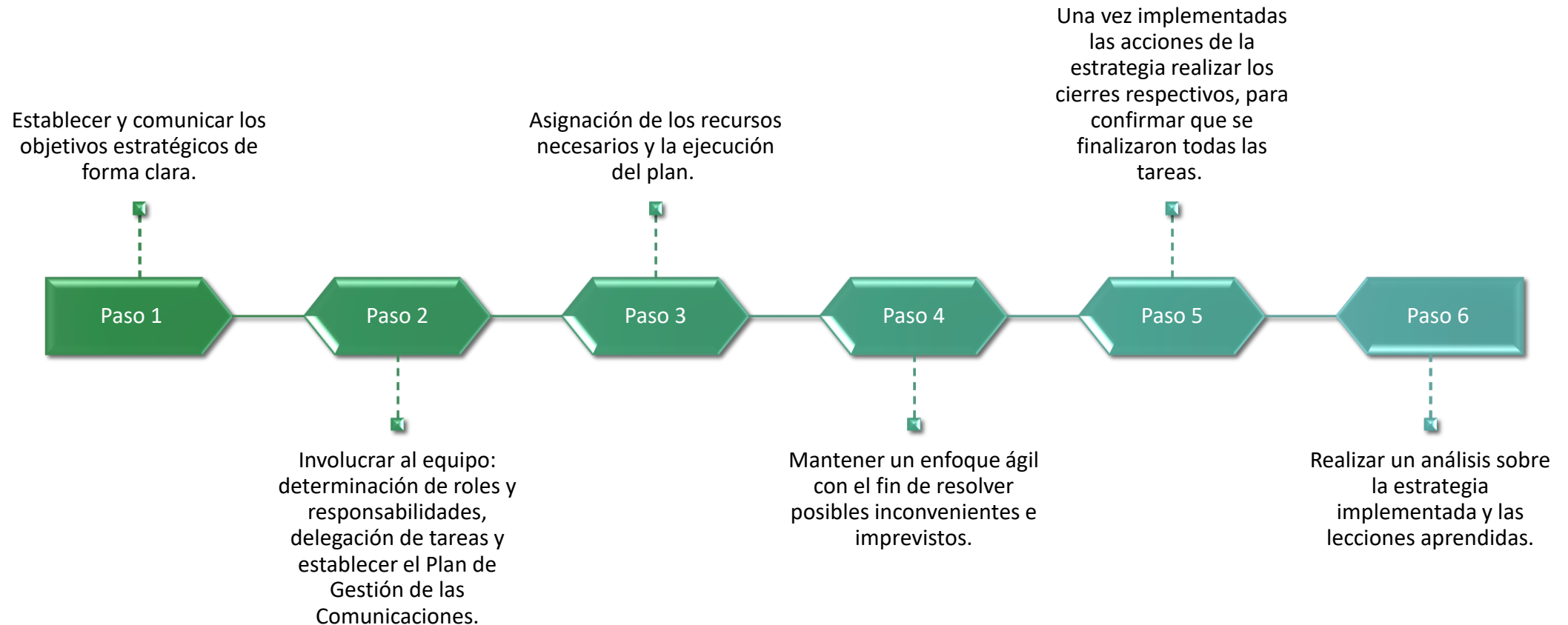
¿Quiénes conforman el equipo de proyecto y cuáles son sus principales roles y responsabilidades?

- Alta Administración (Sponsor)
- Comisión Institucional de Clima Organizacional (Líder de proyecto)
- Presidente de Comisión Institucional de Clima Organizacional (Director de Proyecto)
- Personal de la Dirección de Gestión del Talento Humano (grupo asesor)
- Funcionarios (clientes del proyecto)



4. Estrategias de implementación (según estado actual)

Estrategias de implementación (según estado actual)



Grupo 3

Ana Cristina Castro
Elizabeth Muñoz
Yahaira Navarro

