

modelo de referencia



 VICEPRESIDENCIA SEGUNDA Y
CONSEJERÍA DE JUSTICIA E INTERIOR
Comunidad de Madrid

Fundación Madrid por la Excelencia
C/ Velázquez, 53 - Entreplanta Izda.
28001 Madrid
Tel.: 912 202 800
Fax: 912 200 144
web: www.madridexcelente.com
web: www.madrid.org



modelo de referencia

para la obtención de la marca de garantía



Madrid

EXCELENTE



excelencia

8 conceptos fundamentales de la excelencia

CONCEPTOS

AFIRMACIONES

- Orientación a Resultados

- Política y Estrategia basada en necesidades de grupos de interés
- Estrategia Económico-Financiera alineada con la Organización
- Definición de objetivos y medición de resultados
- Resultados positivos y planes de mejora, en caso contrario
- Comparativas con otras organizaciones del Sector

- Orientación al Cliente

- Identificación y segmentación de clientes, investigaciones de mercado
- Comprobación de especificaciones de producto/servicio
- Sistema de gestión reclamaciones
- Definición de objetivos y medición de niveles de satisfacción de cliente

- Liderazgo y Coherencia

- Definición de Misión, Visión y Valores de la Organización
- Comunicación y despliegue de Política y Estrategia
- Coherencia en la actuación de Directivos con los Valores y relación con grupos de interés
- Utilización de canales de comunicación bidireccionales
- Facilitación de recursos para consecución de objetivos, apoyo a iniciativas de mejora y reconocimiento de logros

- Gestión por Procesos y Hechos

- Conocimiento e identificación de procesos clave y de apoyo
- Procesos para la implementación de la Política y Estrategia
- Despliegue de Objetivos y sistema de medición de procesos
- Gestión global de procesos (interfases internas y externas)
- Aplicación de sistemas de gestión

- Desarrollo e Implicación de las Personas

- Plan de Recursos Humanos e implicación del personal y representantes
- Identificación de capacidades del personal y estimulación de iniciativas
- Planes de formación alineados con la Política y Estrategia
- Beneficios sociales, instalaciones y servicios de calidad para el personal
- Sistemas de recogida del nivel de satisfacción del personal

- Proceso Continúo de Aprendizaje, Innovación y Mejora

- Utilización de mediciones realizadas, de las actividades de aprendizaje y de las cuestiones sociales, medioambientales y legales en las operaciones
- Anticipación de necesidades de grupos de interés
- Análisis del impacto de las nuevas tecnologías
- Definición de procesos específicos de mejora

- Desarrollo de Alianzas

- Análisis de oportunidades para alianzas clave con organizaciones y con la Comunidad
- Búsqueda de sinergias con Partners y Proveedores
- Diseño de nuevos productos/servicios junto a Partners

- Responsabilidad Social de la Organización

- Identificación de procesos relacionados con índices de percepción social
- Medición de la percepción que tiene la Sociedad de la Organización

responsabilidad corporativa

dimensión económica / ética, medioambiental y social

CONCEPTOS

AFIRMACIONES

- Dimensión económica / Buen Gobierno / Ética

- Aumento de beneficios y rentabilidad en los últimos cinco años
- Reflejo en las cuentas anuales de aspectos medioambientales
- Programa estructurado de Responsabilidad Corporativa
- Código de Conducta en la Organización
- Publicación de memorias de Responsabilidad Corporativa

- Dimensión Medioambiental

- Política medioambiental pública
- Establecimiento de responsabilidades medioambientales en los niveles de la Organización
- Proceso de identificación de riesgos y medición de aspectos medioambientales
- Identificación de legislación medioambiental
- Programa de gestión medioambiental
- Impartición de formación en aspectos medioambientales
- Implementación de sistemas de gestión medioambiental (ISO 14001, EMAS)
- Sistemas de gestión de ecodiseño, etiqueta ecológica o análisis de ciclo de vida

- Dimensión Social

- Política de Recursos Humanos alineada con el Código de Conducta de la Organización
- Política de conciliación de la vida laboral y personal
- Programa de beneficios sociales y de participación en los resultados empresariales
- Facilitación de actividades sindicales
- Metodología de evaluación del desempeño
- Plan de Prevención de Riesgos Laborales
- Programa de Acción Social

confianza de los consumidores

preventa, venta, garantía y soporte

CONCEPTOS

AFIRMACIONES

- Preventa

- Plan Estratégico Comercial e imagen de Marca
- Política de Marketing responsable
- Análisis de necesidades de información de clientes de productos/servicios
- Procesos de comunicación de características de productos/servicios
- Diseño de nuevos productos/servicios junto a clientes
- Identificación de productos/servicios
- Realización de pruebas piloto
- Certificación específica de producto/servicio

- Venta del Producto / Prestación del Servicio

- Recogida de percepción de clientes de productos/servicios
- Grado de conocimiento del personal de procesos e indicadores relacionados con la satisfacción del cliente
- Proceso de control de la venta
- Utilización de tecnologías de la Información para mejorar la venta

- Garantía y Soporte

- Utilización de la información del cliente para mejorar los productos/servicios
- Procesos de atención al cliente y posventa
- Asesoramiento a clientes sobre uso responsable de productos/servicios
- Sistema de seguridad de la información de clientes
- Búsqueda de diferenciación y fidelización de clientes por la Organización