

<b>Título</b>	<b>Formulación estratégica</b>
Edición y fecha	Ed.4 (Dic-2015)
Responsable del proceso	Dirección
Código de proceso	1.1.1.

acciones	responsable	referencia a archivos	archivos
Definir y hacer accesible a personas y clientes la MISIÓN y los VALORES del Centro	Dirección	Misión y valores	Expuestos en el tablón de anuncios, tablón PAS, sala de profesores, mediateca y sala de informática. Publicados en la web
Definir la VISION de futuro del Centro Asociado, estableciendo los retos estratégicos para los próximos años, que le aporten un mayor valor en su entorno universitario y social.	Dirección	Visión	Acorde con la fijada por la UNED (no se han completado con ideas específicas)
Definir los OBJETIVOS y POLITICA DE CALIDAD del Centro Asociado. Aprobación en Patronato. Difusión en Órganos institucionales.	Dirección	Objetivos y Política de Calidad	Acorde con la fijada por la UNED en el CG de 30/06/15 (no se han completado con ideas específicas)
Acordar el SISTEMA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN de las variables relevantes para la Estrategia (tipo de información, soportes, responsables y foros de análisis)	Dirección	Encuestas (tipos)	(tutores, alumnos, PAS, prácticas profesionales, coordinador orientación)
Identificar las NECESIDADES Y EXPECTATIVAS expresadas por los clientes y otros grupos de interés.	Dirección	Encuestas (sugerencias)	(tutores, alumnos, PAS, prácticas profesionales, coordinador orientación, extensión universitaria)
Identificar los RESULTADOS del periodo anterior y actual	Dirección	Cuadro de Mando Integral	Se mide a través de los indicadores recogidos en el PAG y en la Carta de Servicios
Definir los principales EJES, LINEAS y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS alineados con la Misión, Visión y Valores del Centro para incluir en el PAG durante próximo periodo	Dirección	PAG/Revisión de resultados	Revisión de resultados para definir estrategia y fijación de nuevos objetivos
Identificar los principales FACTORES CRÍTICOS que determinan el éxito o fracaso de la Estrategia, si existen, las VENTAJAS COMPETITIVAS del Centro. (Determinados por la Sede Central). Adaptación modelo 2015	Dirección	Hoja de ventajas competitivas	Factores críticos de éxito/riesgo
Decidir ACTUACIONES ESTRATÉGICAS prioritarias en el tiempo anteriormente seleccionado. Comprobar su viabilidad presupuestaria	Dirección	Presupuesto	Elaboración Presupuesto conforme al PAG
HACER PARTÍCIPE A LOS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS del planteamiento estratégico para incluir sus principales necesidades y expectativas	Dirección		
Transmitir e integrar los principales objetivos y actuaciones estratégicas a los planes que proceda	Dirección	Plan de Gestión anual del Centro	
Definir y realizar SEGUIMIENTO y revisiones periódicas de la Estrategia (mínimo semestral).	Dirección	Evaluaciones PAG	Evaluaciones en la Web
VALORAR la Estrategia puesta en marcha, teniendo en cuenta buenas prácticas externas.	Dirección	Participación en Taller de Buenas Prácticas de CA	