

CIAPR - MÉTRICAS PLAN ESTRATÉGICO CORRESPONDIENTES AL AÑO 2022-2023

Objetivo-Iniciativa	Métrica	Meta del 1 de septiembre de 2022 al 31 de agosto del 2023	Vehículo de Implementación (Personas Claves o Comisiones para implementar)
Objetivo Estratégico 1: Innovar y robustecer la propuesta de valor hacia colegiados (actuales y potenciales) con miras a retener nuestra matrícula y atraer miembros nuevos al colegio.			
1.1 Actualizar e innovar el portafolio de servicios y beneficios al colegiado	Número de Nuevos Ofrecimientos, Servicios y Beneficios	2 ofrecimientos por semestre	Director Ejecutivo Administración y Oficina de Educación Continua
	Numero de Colegiados usando los nuevos ofrecimientos, servicios y beneficios	500 colegiados	Director Ejecutivo Administración, Oficina de Educación Continua y Especialista en Redes Sociales
1.2 Expandir modelo colaborativo con Universidades para que ofrezcan cursos de Revalida	Cantidad de ofrecimiento de Cursos de Revalida en las Universidades	1 universidad adicional por año	Comisión de Vinculación Universitaria y/o Comisión Ad Hoc Educación y Presidente del CIAPR
1.3 Formalizar los núcleos de forma que logremos dirigir esta población a la profesionalización y Colegiación.	Cantidad de estudiantes participando de reuniones y actividades	200 estudiantes	Junta de Directores de Institutos
1.4 Establecer un programa de fidelidad de retención de colegiados	Campaña de llamada a Colegiados: Número de colegiados contactados	400 colegiados	Director Ejecutivo Administración
Objetivo Estratégico 2: Actualizar el programa de ofrecimientos de Educación Continua y adoptar tecnologías y procesos vanguardistas de educación para robustecer su modelo operativo.			
2.1 Diseñar una oferta académica actualizada y de valor para las audiencias que servimos.	Nuevos Acuerdos de Colaboración con Instructores Cualificados por el Colegio y aprobados por la JEIAPR	2 acuerdos de Colaboración	Director Ejecutivo, Oficina de Desarrollo y Educación Continua Comisión Ad hoc Educación
	Número de Actividades Técnicas y Conferencias	5 actividades	Componentes, Comisión Educación Ad Hoc, Oficina Educación Continua
	Número de Actividades de Intercambio Internacionales	2 actividades	Institutos, Oficina del Presidente, Administración y Oficina Educación Continua
	Índice de pasantía de Exámenes de Reválida Fundamental Agrimensura (FS) Ingeniería (FE) Profesional Agrimensura (PS) Ingeniería (PE)	Por ciento% 30% 35% 35% 35%	Institutos, comisión Especial de Pasantía de la JEIAPR Y CIAPR, Directora de Educación Continua y Comisión Ad Hoc de Educación
	Índice de satisfacción de participantes en el programa de Educación Continua	Índice Promedio ≥ 4 en escala de 1 a 5, según escala de satisfacción utilizada en Educación Continua	Oficina de Educación Continua
2.2 Robustecer el modelo operativo de Educación Continua	Número de mejoras de proceso implementadas en Educación Continua (que impacten positivamente la calidad y el servicio a los colegiados)	2 mejoras de proceso implementadas	Oficina de Educación Continua

Objetivo-Iniciativa	Métrica	Meta al 31 de agosto del 2023	Vehículo de Implementación (Personas Claves o Comisiones para implementar)
Objetivo Estratégico 4: Ser reconocido como la voz y plataforma de acción de los ingenieros y agrimensores de PR, por el sector público, el sector privado y el pueblo en general.			
4.2 Establecer vínculos de colaboración con el sector público y privado	Número de Agencias Visitadas con Acuerdos de colaboración	4 agencias	Oficina del Presidente y la Oficina de Relaciones Públicas.
	Número de Visitas a Municipio	Mínimo de 1 Municipio Visitado por Capítulo	Directiva del Capítulo Oficina del Presidente
	Visitas a Universidades y al Comercio para Educar sobre la Contratación Legal de Ingenieros y Agrimensores	1 visita a Industria por Componente 3 universidades Visitadas	Componentes y Comisión Ad Hoc de Educación/y o Comisión de Vinculación Universitaria
Objetivo Estratégico 5: Comunicar con claridad e impacto, a los colegiados y al país, nuestra propuesta de valor y nuestra contribución al desarrollo socioeconómico de Puerto Rico.			
5.2 Robustecer los procesos de comunicación y educación sobre la propuesta de valor del colegio a colegiados actuales y potenciales.	Progreso contra el Plan de Mercadeo 2022-2023	100% de cumplimiento con actividades e iniciativas de comunicación del Plan 2022-2023	Presidente, Coordinador Especialista en Redes Sociales y Especialista de Relaciones Pública del CIAPR
	Numero de Colegiados usando los nuevos ofrecimientos, servicios y beneficios	500 colegiados	Director Ejecutivo Administración y Especialista en Redes Sociales
	Estatus de la Página del Colegio	Actualización de Misión, Visión, Plan Estratégico y Planes de los Componentes	Presidente, Coordinador Especialista en Redes Sociales y Especialista de Relaciones Pública del CIAPR
5.3 Robustecer los vehículos y canales de comunicación interna entre el Colegio y sus colegiados, los empleados y entre voluntarios trabajando en comisiones y en los componentes.	Foros de intercambio entre los Componentes	2 foros de intercambio que promuevan la comunicación cruzada y la colaboración entre los componentes	Junta de Directores de Institutos y Capítulos
Objetivo Estratégico 6: Robustecer las Plataformas Tecnológicas del Colegio			
6.1 Evaluar el estado actual (capacidades, uso y nivel de integración) de las plataformas tecnológicas del Colegio	Estatus de Evaluación	Evaluación Completada	Director Ejecutivo con la ayuda del Ing. Alejandro Pinto
6.2 Establecer medidas para asegurar el uso de las plataformas tecnológicas existentes	# Adiestramientos Ofrecidos	2	Director Ejecutivo con la ayuda del Ing. Alejandro Pinto
	# Seminarios Ofrecidos	2	Director Ejecutivo con la ayuda del Ing. Alejandro Pinto
	# de Comunicados sobre Capacidades	6	Director Ejecutivo con la ayuda del Ing. Alejandro Pinto
	# Podcasts sobre Capacidades	1	Director Ejecutivo con la ayuda del Ing. Alejandro Pinto

ANEJO

Objetivo-Iniciativa	Métrica	Meta al 31 de agosto del 2023	Vehículo de Implementación (Personas Claves o Comisiones para implementar)
Objetivo Estratégico 2: Actualizar el programa de ofrecimientos de Educación Continua y adoptar tecnologías y procesos vanguardistas de educación para robustecer su modelo operativo de negocio.			
2.1 Diseñar una oferta académica actualizada y de valor para las audiencias que servimos.	Seminarios a ofrecer los Institutos	12 seminarios o eventos por instituto (mínimo) de por lo menos 50 HC, 75% de estas, técnicas	Institutos Primer Vicepresidente
	Seminarios a ofrecer los Capítulos	8 seminarios o eventos por capítulo (mínimo) de por lo menos 40 HC, 75% de estas, técnicas	Capítulos Segundo Vicepresidente