



**CANDIDATURA QUE SE PRESENTA AL PREMIO CEX 2011. Pamplona, febrero 2011**

**EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LAS FAMILIAS (CLIENTES).  
MATRIZ DE SATISFACCIÓN / IMPORTANCIA**

**PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

La SOCIEDAD COOPERATIVA DE ENSEÑANZA SAN CERNIN es la entidad titular del Colegio San Cernin, siendo los socios cooperativistas los padres y madres de los alumnos, 1.622 chicos y chicas, que acuden al centro. La escolarización comprende la enseñanza reglada, desde educación infantil (3 años) hasta 2º de Bachillerato.

Los objetivos están claramente definidos en el Ideario, en los Estatutos y en la declaración de Misión, Visión y Valores. Uno de los puntos en los que se concreta la Misión (la formación integral y plurilingüe para lograr que los alumnos participen de su ciudadanía europea y del mundo como personas respetuosas y competentes, comprometidas con los valores del humanismo cristiano) es el hacer de la mejora continua y concretamente del Modelo EFQM de Excelencia un sistema permanente de optimización de recursos y racionalización de procesos, para conseguir un servicio educativo de calidad sustentado en unos resultados excelentes y en la innovación y actualización permanentes (Visión).

En Noviembre de 2007 se logró el sello 500+ en la evaluación externa realizada por el Club de Excelencia en Gestión (CEG), renovándose dicho reconocimiento, con mejora de la puntuación obtenida, en 2009.

La persona de contacto es Amaia Salvatierra, responsable de Innovación y Excelencia (I+E). Teléfono 948 176288. E-mail: [I+E@sancernin.es](mailto:I+E@sancernin.es)

**TÍTULO DE LA BUENA PRÁCTICA**

*“Evaluación de la satisfacción de las familias (clientes) utilizando una matriz de doble entrada; satisfacción /importancia.”*

En San Cernin entendemos como buena práctica aquellas actividades, método o proceso, alineados con alguno de los fundamentos de excelencia y que se orientan a la aportación de valor al “Grupo de Interés” relevante en el que impacta la buena práctica. En este caso se ven principalmente afectados los principios “añadir valor para los clientes” y “lograr unos resultados equilibrados” y el grupo de interés “familias”.

**OBJETIVO**

Desarrollar una metodología precisa y simple de aplicar para evaluar el grado de satisfacción de las familias del Colegio, que propicie la mejora continua de los índices de satisfacción del Grupo de Interés y de la propia metodología a través de su permanente perfeccionamiento.



## **DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA**

En el año 2001 se abordó la edición de una encuesta de satisfacción a las familias del colegio, en su condición de clientes del servicio educativo prestado a sus hijos por el colegio en el que ellos habían tomado la decisión de matricularlos con la expectativa de alcanzar los objetivos propuestos en el Proyecto Educativo.

La elaboración de dicha encuesta supuso la toma de diferentes decisiones:


1. Los aspectos a valorar deberían abordar los diferentes apartados de la actividad del centro más una pregunta global de cierre de cada uno de ellos; formación académica, servicios, orientación y otras actividades.
2. Graduación de las respuestas de satisfacción. Se decidió que las respuestas sobre la satisfacción en cada uno de los apartados fueran desde 1 (satisfacción más baja) a 10 (más alto grado de satisfacción). Sin duda era una apuesta más arriesgada que un entorno 1-5 pero, sin duda, mucho más enriquecedora a la hora de obtener datos reales y planificar mejoras.
3. Incluir, con una similar graduación de 1 a 10, la importancia concedida por parte de las familias al tema al que se refiere cada pregunta de la encuesta de satisfacción.

Con los datos obtenidos se pudieron extraer conclusiones sobre los temas en los que las familias estaban más o menos satisfechos y en varios de los asuntos menos favorables se desarrollaron propuestas de mejora para incrementar el resultado de satisfacción.

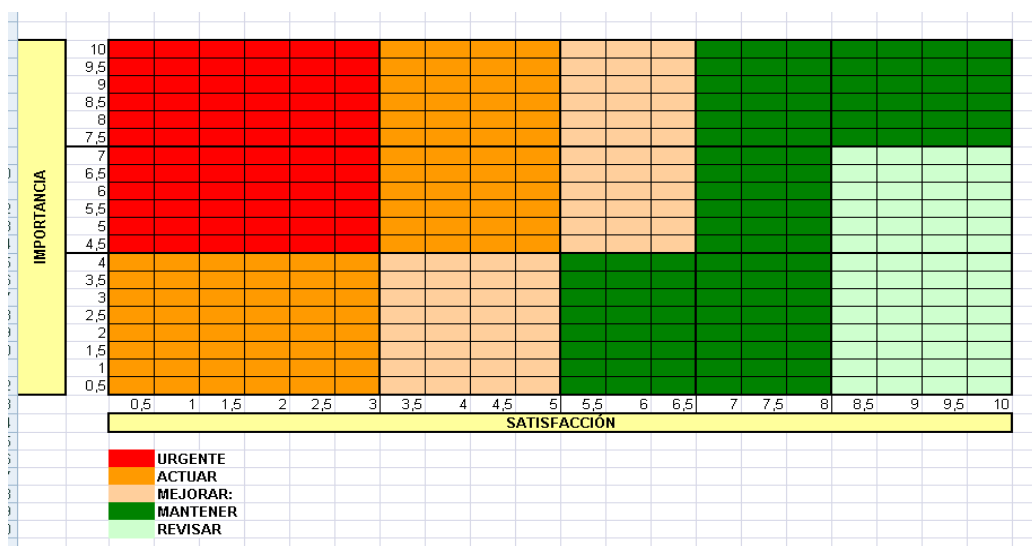
Con el paso del tiempo y, por tanto, con las sucesivas evaluaciones se analizaron los resultados y se comprobó que algunos de los objetivos perseguidos no estaban suficientemente asegurados con el análisis posterior de la encuesta. Por ejemplo:

- ¿Podíamos garantizar que la encuesta de satisfacción a las familias se concreta en temas de importancia para las mismas?.
- ¿Teníamos un marco de prioridades a la hora de actuar sobre temas en donde se percibe insatisfacción o la satisfacción no alcanza los resultados previstos?.
- ¿Podemos mejorar la eficiencia y eficacia de los recursos destinados a las diferentes actividades y servicios que presta el Colegio?.
- ¿Podemos revisar periódicamente la encuesta y segmentar, en los diferentes niveles académicos, las preguntas y el análisis de sus resultados?
- En definitiva, ¿es la encuesta una herramienta real y fiable para la mejora continua?

Para dar respuesta a estas cuestiones, el Comité de Calidad puso en práctica un plan de acción para el desarrollo de la buena práctica basado en la metodología REDER, siguiendo la sistemática habitual de los grupos de trabajo, que se detalla en la siguiente tabla.

ESQUEMA	ETAPAS REDER	OBSERVACIONES
	<u>RESULTADOS</u>	Identificar a través del análisis de los resultados la mejora de la propia metodología y de la capacidad de identificar acciones eficaces de mejora de la satisfacción del grupo de interés "Familias". Se obtiene la matriz que se presenta a continuación de esta tabla (*).
	<u>ENFOQUE</u>	<p>Diseñar una herramienta/metodología de evaluación del grado de satisfacción de las familias, sencilla de aplicar y fácil de interpretar, lo suficientemente robusta para alcanzar los objetivos anteriormente descritos. Las etapas para el diseño fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis y decisión sobre los temas a preguntar (formación académica, servicios, actividades y formación)</li> <li>- Redacción de preguntas orientadas al conocimiento de la satisfacción y la importancia concedida al tema (hasta 39 items con respuesta desde 1 hasta 10).</li> <li>- Segmentación de preguntas por niveles (cuidar la redacción y preguntar por aspectos distintos en los diferentes niveles. Por ejemplo; en Infantil y Primaria sobre hábitos de estudio y en ESO y Bachillerato sobre orientación académica)</li> <li>- Preparación de la matriz de doble entrada dividida en bloques; URGENTE, ACTUAR, MEJORAR, MANTENER y REVISAR, en función de la relación satisfacción-importancia.</li> </ul>
	<u>DESPLIEGUE</u>	La encuesta se prepara, distribuye y cumplimenta según procedimiento concreto integrado en el proceso EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES.
	<u>EVALUACIÓN</u>	Los resultados, tabulados informáticamente, se analizan trasladando las propuestas de mejora al Comité de Calidad y al Equipo Directivo para, en función de la graduación satisfacción-importancia preparar los diferentes planes de actuación y mejora.
	<u>REVISIÓN</u>	Se analiza la segmentación y se comparan los resultados obtenidos en evaluaciones anteriores, para introducir posibles cambios en la encuesta y/o en la matriz.

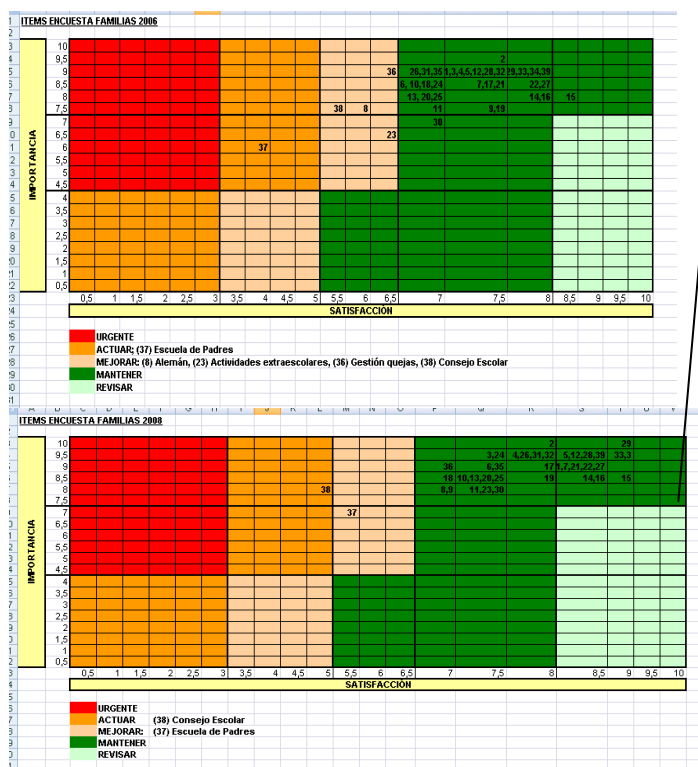
(\*) Modelo matriz resultado



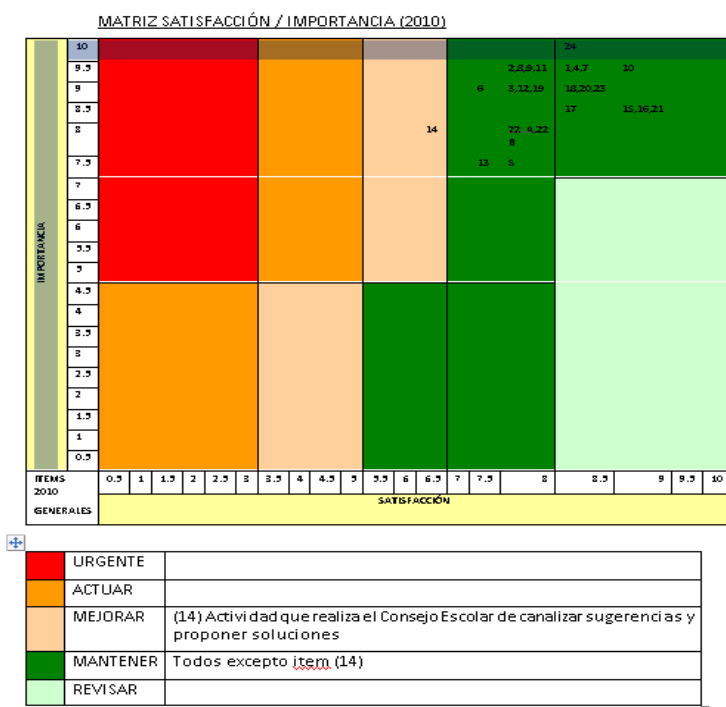
### RESULTADOS

Los resultados son fácilmente comprobables con el análisis de las matrices a lo largo de los siguientes años, llegando a conseguir que la práctica totalidad de los ítems obtengan un alto grado de satisfacción, siendo valorados como importantes.

A continuación se presentan las matrices de los años 2006, 2008 y 2010 en las que los números representan los diferentes ítems de la encuesta. También están tabulados en matrices similares los resultados de 2007 y 2009, que no se aportan en la presente memoria por economía de espacio, que reflejan resultados intermedios.



De todos los ítems por los que se pregunta en 2006, 1 de ellos (Escuela de Padres) se encontraba en el encuadre de ACTUAR y otros 4 ítems en los de MEJORAR. Como consecuencia de los planes de acción y mejora en actividades extraescolares incluido el alemán, la metodología en gestión de quejas, etc., se observa que en 2008 hay un significativo desplazamiento de ítems a mayores grados de satisfacción quedando solo un ítem a ACTUAR y otro a MEJORAR



Como consecuencia de los planes mejora en la actividad de la Escuela de Padres (temas tratados, ponentes, información) el resultado de este ítem en 2010 pasa a un mayor nivel de satisfacción. Queda únicamente en el ámbito de mejora un ítem (el número 14 referente a la actividad del Consejo Escolar), si bien ha aumentado su satisfacción. En general los ítems se encuadran en la banda alta de satisfacción e importancia

### LECCIONES APRENDIDAS

La aplicación del ciclo de metodología de evaluación REDER a la implantación del modelo del grado de satisfacción de las familias nos ha ayudado a aprender, entre otras cosas a;

- Visualizar las áreas de importancia para la familia y la respuesta a estas por parte del Colegio.
- Confirmar el punto de vista del grupo de interés como esencial y enfocar los planes de actuación a dar respuesta a lo importante desde ese punto de vista; por ejemplo en nuestro caso el resultado de los planes de mejora en Escuela de Padres, Actividades Extraescolares, clases de Alemán, que han supuesto el “desplazamiento” del grado de satisfacción de estos ítems.
- Facilitar la gestión de la mejora en función del desplazamiento de ejes en la propia matriz “satisfacción-importancia”.
- A confirmar la importancia de disponer de una metodología sostenible y perfeccionable en el tiempo.

La claridad y sencillez de esta buena práctica, unida a su precisión, la hacen aplicable a cualquier sector de actividad empresarial.