Enfoque al cliente como “leitmotiv” en la UMH

1.- La Universidad Miguel Hernández hoy

Universidad Miguel Hernández de Elche
966658645 -rector@umh.es ; calidad@umh.es

2.- Desarrollo de la práctica

En la Universidad Miguel Hernández uno de los enfoques que ha marcado nuestra actividad desde el inicio es el de **orientación al cliente**. Nuestra razón de ser es para y con los clientes y/o grupos de interés. Iniciamos nuestra actividad docente e investigadora en 1997 con el firme propósito de ofrecer formación, investigación y servicios de calidad, tal y como se recoge en nuestra misión (que se ha mantenido desde el inicio con pequeñas revisiones, la última de fecha 4 de febrero de 2009):

“Servir a la sociedad realizando formación superior, investigación y transferencia de tecnología; prestando servicios de calidad, que satisfagan las expectativas y demandas de la comunidad; colaborando activamente en el desarrollo socioeconómico de la región; dando una formación integral a sus estudiantes y facilitando su inserción en el mundo laboral; al tiempo que permite y estimula el desarrollo profesional de los miembros de su comunidad universitaria”.

Desde el inicio, mostramos una decidida apuesta por la mejora continua de la calidad de la oferta docente, por el impulso a la investigación y a las nuevas tecnologías, así como nuestro compromiso con el desarrollo económico sostenible y el respeto al medioambiente. En definitiva, el reto de la Universidad Miguel Hernández de Elche es cumplir con la sociedad, nuestro entorno social y productivo, y, como es lógico, con nuestra comunidad universitaria. Queríamos ser:

- ► Una universidad excelente.
- ► Fundada en la mejora continua.

- Que hiciera de la calidad total un factor decisivo para conseguir una ventaja global competitiva.
- Una universidad con una capacidad competitiva que pivotara sobre la excelencia y la innovación.
- Con una cultura específica anclada en la innovación y la mejora continua.
- Consiguiendo unos *resultados que satisficieran a todas las partes interesadas*.

Cuando comenzamos nuestros retos eran, por una parte, mejorar la respuesta a la demanda social con un incremento de la calidad en la enseñanza universitaria (calidad como referente en la planificación docente, desarrollo de instrumentos para la mejora de programas académicos y la evaluación de los estudiantes). Además, mejorar la atención a las necesidades sociales (alcanzando el máximo nivel de excelencia en su propio perfil de especialización, estableciendo campos de excelencia que propiciaran la innovación y dotando a la sociedad de personal cualificado en las áreas productivas de la economía regional). Por último, incrementar la eficiencia en la gestión (vía profesionalización de la gestión y con órganos de gobierno ágiles y con alta capacidad ejecutiva). Queríamos aportar bienestar por la vía del conocimiento, la investigación de primer nivel y la innovación. Nuestros objetivos estratégicos, estructuras organizativas y cuadros de mando así lo reflejaron desde un primer momento.

Estas demandas, y retos en definitiva, debían ser atendidos, y entendimos que requeríamos de una estrategia que incorporara la visión del cliente desde su propia definición hasta su desarrollo y evaluación posterior. Utilizamos un enfoque holístico que combinaba la orientación a resultados, esquemas de trabajo de mejora continua y excelencia y el enfoque al cliente, como eje transversal.

El enfoque al cliente fue entendido, por tanto, como la puesta en marcha de metodologías de diseño, desarrollo y evaluación de procesos y productos. Así, utilizamos herramientas (encuestas, focus groups, entrevistas, reuniones con grupos de interés, estudios externos, auditorías, sugerencias y quejas) para la identificación de necesidades y expectativas de nuestros clientes para, con los recursos disponibles, ofrecer a nuestros clientes lo demandado, evaluarlo y revisarlo.

Sin embargo, lo interesante de esta práctica es que este enfoque no sólo se utiliza por la alta dirección, sino que se ha desplegado en el resto de la organización, de modo que cada actuación, independientemente de su alcance o de su nivel estratégico/operativo, cuenta con un desarrollo de esta metodología. Sólo desplegándolo en la organización en todas sus áreas de docencia, investigación y gestión podíamos lograr lo que planteábamos de inicio.

Nuestro enfoque al cliente ha sido utilizado como herramienta de definición y despliegue de la estrategia y también de mejora de resultados, además de marcar un estilo en nuestras relaciones con nuestros clientes y grupos de interés.

Cómo se ha ido desarrollando

Para la definición de todas las estrategias se ha utilizado el enfoque al cliente (antes, durante y después del desarrollo de la actividad/proceso). En primer término, se define como eje transversal en el Plan Estratégico de la UMH (misión, visión, valores y líneas estratégicas), en el Plan de Calidad (que actúa en el ámbito de la docencia, la gestión y la Investigación) y en el Plan Director (planificación incluida en el Plan de Calidad que desarrolla el área de gestión).

Cada uno de ellos se ha labrado gracias al despliegue de medios y técnicas que nos permitían

conocer la perspectiva de los distintos grupos de interés. En estos años hemos puesto en marcha mecanismos para escuchar a nuestros clientes y planes para dar respuesta a esas necesidades. Todo ello sin olvidar nuestra responsabilidad como centro de educación superior desplegando un enfoque proactivo que nos ha permitido adelantarnos a cambios sociales, tecnológicos y normativos en el mundo de la enseñanza superior. Vaya como ejemplo, que fuimos la primera universidad pública española en obtener una certificación ISO 9000 y la única que mantiene la certificación de Sello de Excelencia EFQM 500+ durante 7 años mediante esta exigente norma de calidad. Esta filosofía de trabajo se ha ido impregnando en el desarrollo de las actividades y diseño de procesos y nuevos servicios al aplicar las acciones a nivel estratégico y operativo, y en el que ha sido clave alinearlo con el sistema de indicadores del Plan Estratégico, el Plan de Calidad y el Plan Director.

A continuación incluimos un extracto de iniciativas desarrolladas orientadas a nuestros clientes y para las que hemos contado con sus valoraciones para el diseño, desarrollo y evaluación.

ESTUDIANTES

ACCESO	➢Future Life ➢Estudia 1 día en la UMH ➢Relaciones con ies ➢Charlas y visitas informativas a estudiantes, padres y madres ➢Stand UMH en El Corte Inglés
FORMACIÓN INTEGRAL	➢Universitario 5 estrellas ➢mifutro.umh.es ➢Evolución positiva en el número de prácticas ➢Evolución positiva en el número de empresas ➢Prácticas internacionales ➢ISO Prácticas ➢ISO Gestión Académica ➢Programas internacionalización: Buddy, Tándem ➢Presencia en nuevos medios: Facebook, Tuenti, Second Life ➢Formación a la carta
INSERCIÓN LABORAL	➢Web 2.0 ➢Club de Éxito ➢Apadrinamiento
EMPLEABILIDAD	➢PEU ➢Empleo universitario y discapacidad ➢Programa de consultores para universitarios
IMPLICACIÓN	➢Participación de los estudiantes en el Sistema de Calidad UMH ➢Evaluación de egresados ➢Premio anual al profesor destacado

EMPRESA

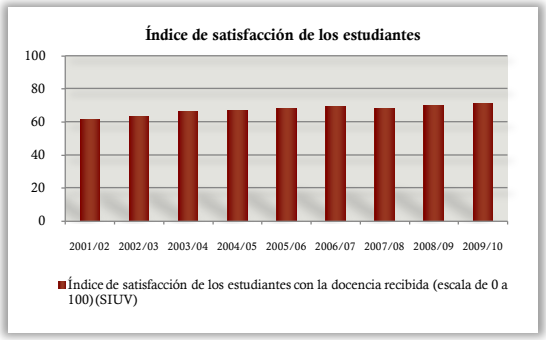
RELACIÓN CON LA FORMACIÓN	➢mifuturo.umh.es ➢Evolución número de empresas ➢Club tutores ➢Entrega a tutores ➢Colaborar con la UMH ➢Comisiones Verifica ➢Consejo Social ➢Consejo de Calidad ➢Fidelización a tutores de prácticas en empresa ➢Jornadas de empleo
RELACIÓN CON LA INSERCIÓN LABORAL	➢Web 2.0 ➢Club Éxito ➢Apadrinamiento ➢Mecenazgo ➢Consultores para Universitarios ➢Jornadas de empleo
RELACIÓN CON LA I+D	➢Desayunos tecnológicos ➢Contratas ➢Fundación Quorum ➢Programa INIZIA ➢Proyecto ORION ➢Creación Spin-off ➢Mercadillos temáticos
IMPLICACIÓN Y RECONOCIMIENTO A LA CALIDAD	➢Premios del Consejo Social y Empresa de Calidad Reconocida ➢Participación de las empresas en el Sistema de Calidad de la UMH (representación en el Consejo de Calidad) ➢Implicación en el diseño de nuevos títulos

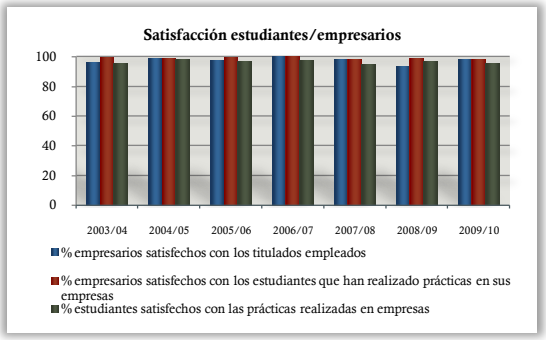
CLIENTE INTERNO

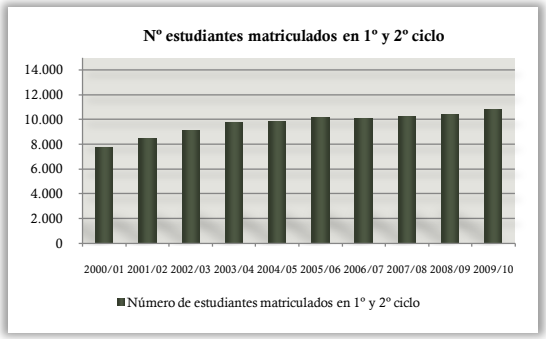
PLAN DE CARRERA	➢Cuadro de Mando integral para la gestión del PDI ➢Plan de Carrera Profesional ➢Indicadores de formación, investigación y gestión ➢Sistema de reconocimiento a la Calidad ➢Premiar a los Mejores ➢Pacto por la Calidad ➢Plan Director para la Calidad en la Gestión ➢Plan de Formación del PDI (DIDU, DAPU, Gestión del conocimiento, etc.) ➢Plan de Formación del PAS ➢Programa de Movilidad del PAS/PDI
BENEFICIOS SOCIALES	➢Fondos educativos (incluye ayudas al estudio a empleados y familiares) ➢Fondo de ayuda médico-farmacéutica ➢Asistencia a discapacitados ➢Sistema de flexibilidad horaria ➢Concesión de anticipos de nóminas y préstamos ➢Plan de pensiones ➢Convenios con distintas empresas ➢Plan Concilia ➢Acuerdos con empresas y organizaciones

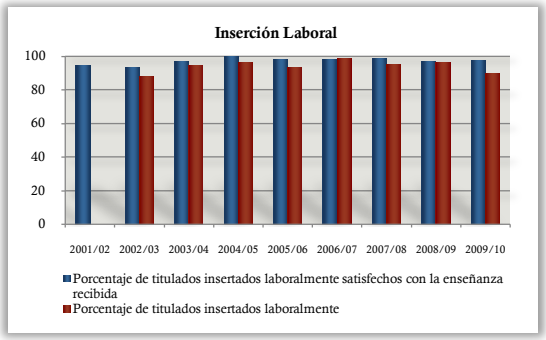
3.- Resultados

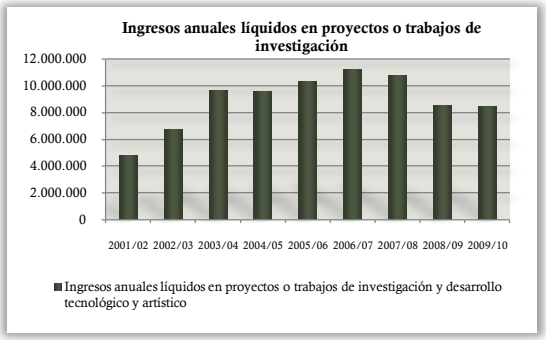
Lo más interesante es nuestro enfoque al cliente es que se utiliza en el desarrollo de las acciones de todo nivel y alcance, por todos los departamentos, servicios y gestores de la UMH. Como eje transversal a la UMH ha supuesto una evolución en positivo en indicadores de clara orientación al cliente: calidad percibida y resultados obtenidos. Por ejemplo, hemos pasado de un 78% de empresas satisfechas con los servicios prestados en 2003 a un 100% en 2010, y de un 96% de empresarios satisfechos con los titulados empleados en 2003 a un 98% en 2010.











4.- Lecciones aprendidas

El enfoque al cliente como “leitmotiv” en la UMH nos ha aportado muchas ventajas que han supuesto resultados positivos y directamente relacionados con nuestros clientes. En estos años nos ha supuesto imprimir un gran esfuerzo por intentar mantener y desplegar en todas las unidades, pero ha merecido la pena. Sin duda, lo más difícil de esta práctica ha sido el proceso de despliegue, pero al echar una mirada atrás y ver dónde estamos ahora nos ayuda a reforzar positivamente este enfoque. Algunas de las lecciones aprendidas que nos gustaría resaltar como logros de este enfoque:

- Nos ha permitido subrayar y asumir la importancia de contar con todos los grupos de interés cuando se fija adónde queremos ir.
- En la UMH hemos aprendido a utilizar técnicas cuantitativas y cualitativas y a perfilar cómo usarlas de forma eficiente para el diseño de nuevos servicios y procesos.
- Nos ha permitido desarrollar el uso de las nuevas tecnologías para dar un mejor servicio y para conocer al cliente, fundamentalmente los estudiantes, que son los futuros profesionales y que utilizan las herramientas tecnológicas como canal de comunicación y trabajo como auténticos “nativos digitales”.
- En la UMH hemos desarrollado pequeñas actuaciones que consideramos innovadoras, por ejemplo, la práctica de preguntar a los estudiantes que van a otras universidades y los que vienen de otras para comparar y extraer aprendizajes.
- En la UMH hemos dado valor y reforzado como elemento educativo para su futuro el papel de los delegados, cuidando de su formación como entes gestores de la universidad.
- En la UMH hemos abierto la universidad a las empresas y la sociedad, al entorno más próximo sin olvidar nuestra proyección nacional e internacional.