

CÓMO LA UJI UTILIZA LOS RESULTADOS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES Y PERSONAS



**Oficina de Promoció i Avaluació de la Qualitat
Vicerectorat de Planificació Estratègica i Qualitat**

Noviembre 2012

ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN**
- 3. LA DIFUSIÓN DE RESULTADOS CON EL SERVICIO EVALUADO: LA TÉCNICA DE SURVEY FEEDBACK**
- 4. BIBLIOGRAFÍA**

1. INTRODUCCIÓN

La Universitat Jaume I ha realizado desde sus inicios una apuesta decidida por la CALIDAD y la ORIENTACIÓN AL CLIENTE

- ✓ En su *Plan Estratégico* inicial (2000-2009), constituye el objetivo estratégico general

La Universitat Jaume I pretende ... *"constituirse en una universidad de referencia... por sus áreas de excelencia"* ...

- ✓ En la revisión del *Plan Estratégico de la UJI 2014* se propone el objetivo

"continuar siendo un referente en gestión de la calidad"

- ✓ Entre los principios del *Marco de Calidad de la UJI* se considera a los clientes como

"punto de referencia para el establecimiento de objetivos y el diseño de servicios y procesos"

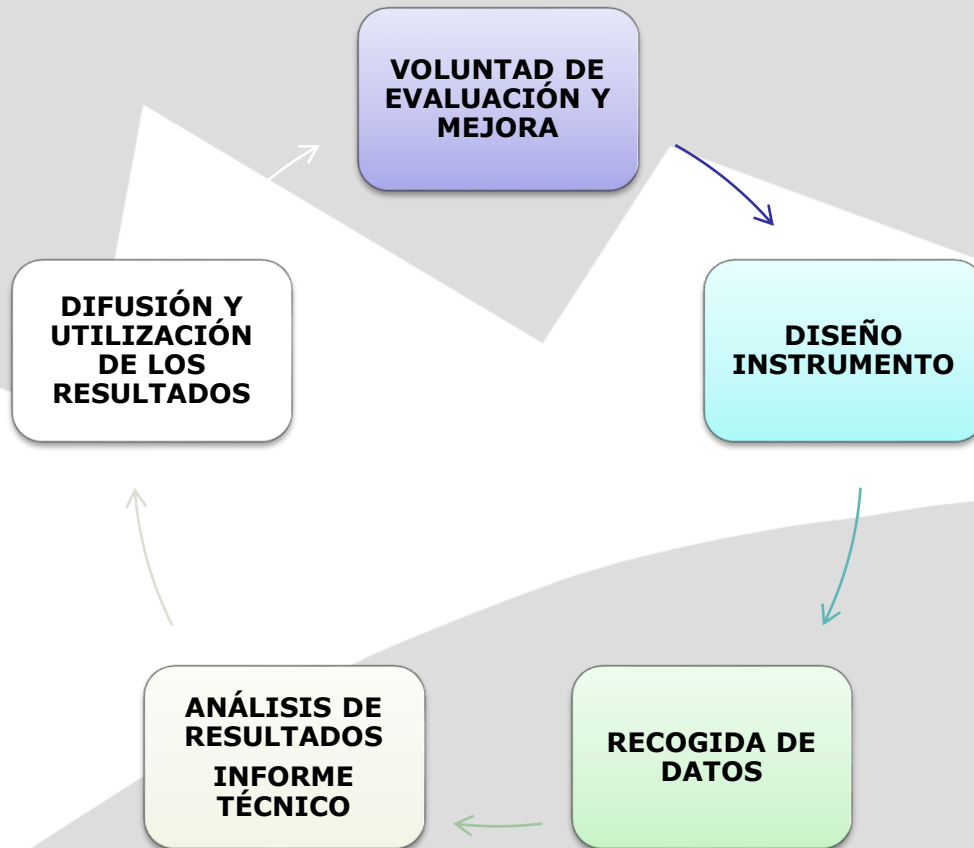
1. INTRODUCCIÓN

- ✓ **Ha elaborado, implantado, mantenido y mejorado un proceso de “Medición de la Satisfacción y la Calidad de Servicio” (AUDIT)**
- ✓ **Qué OBJETIVOS persigue:**
 - Escuchar la voz del usuario y su satisfacción
 - Conocer la calidad de servicios que ofrecemos
 - Conocer los aspectos del servicio que son susceptibles de ser mejorables: ACCIONES DE MEJORA
 - Alimentar otros sistemas de gestión e información: EFQM, ISO, Cartas de servicios, Plan estratégico, etc.
 - TOMAR DECISIONES BASADAS EN DATOS

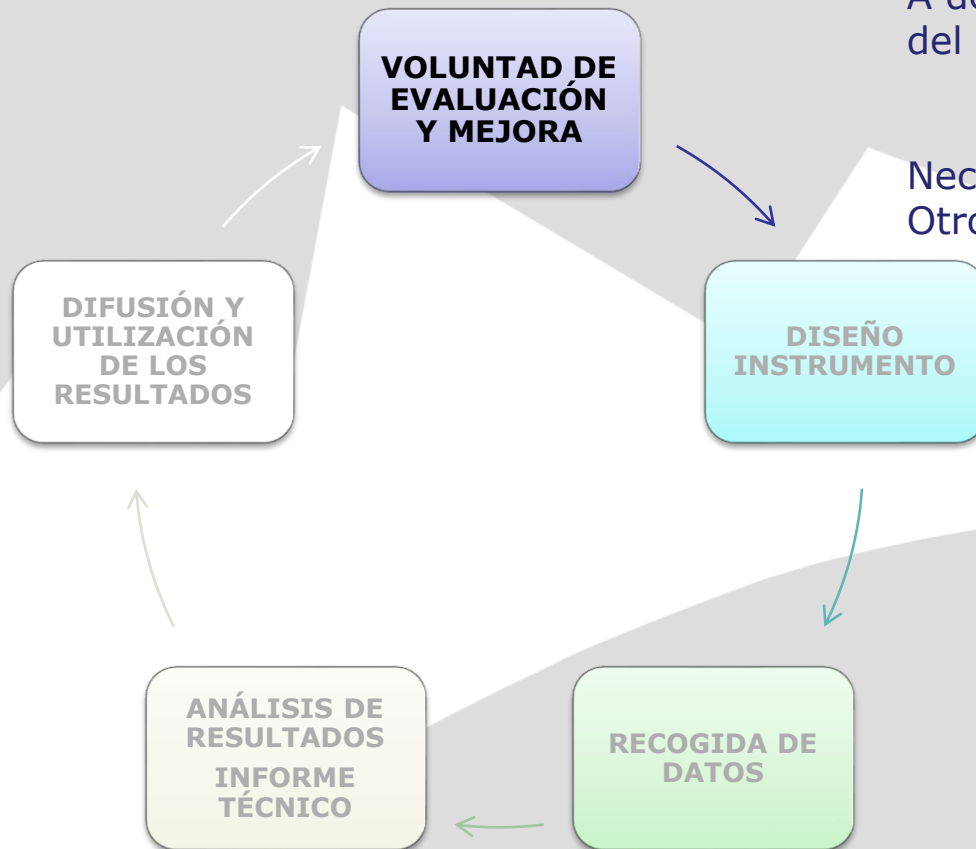


MEDIR DEBE SERVIR PARA MEJORAR

2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN



2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN

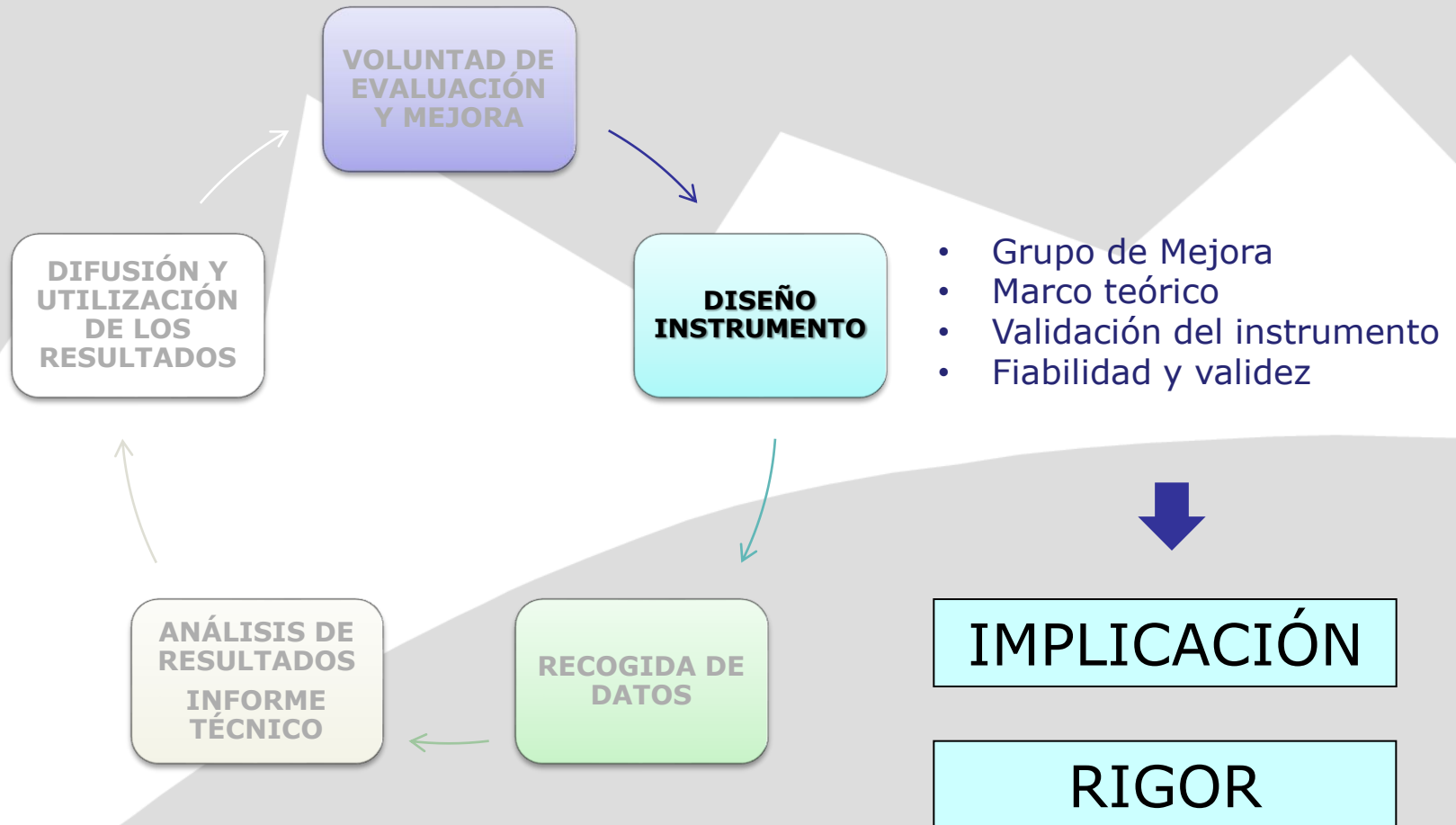


A demanda del servicio: "Conocer la voz del cliente"

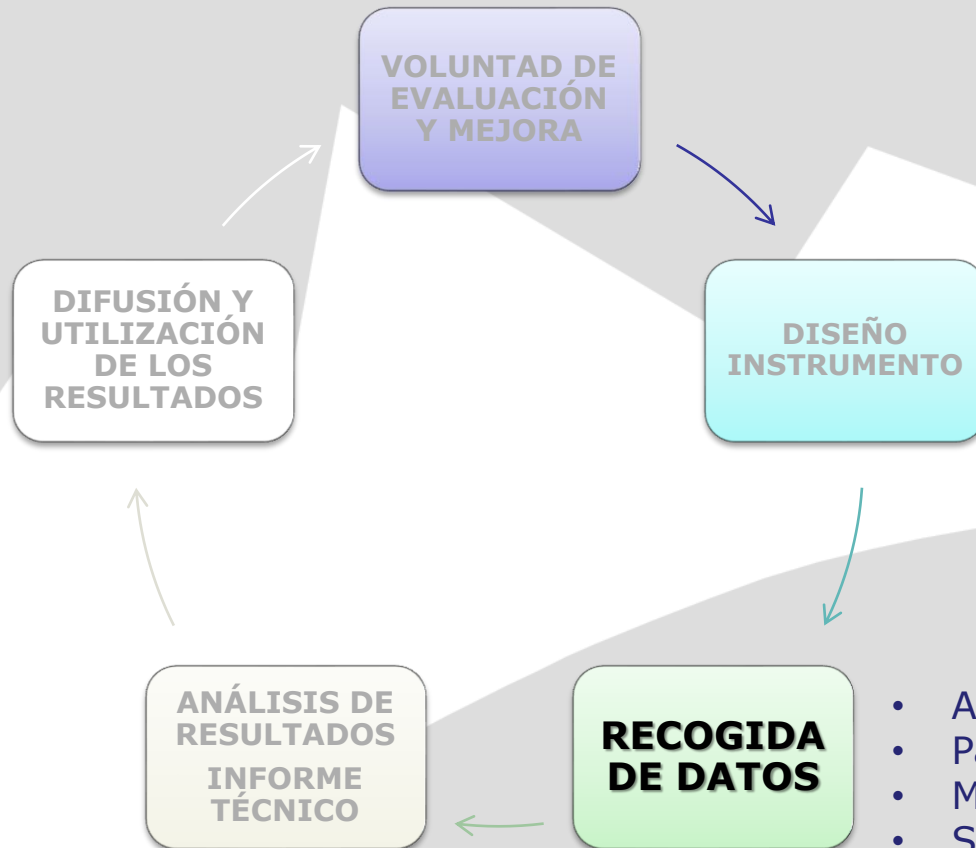
- Satisfacción del cliente
- Calidad de Servicio

Necesidad detectada a nivel institucional
Otros

2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN

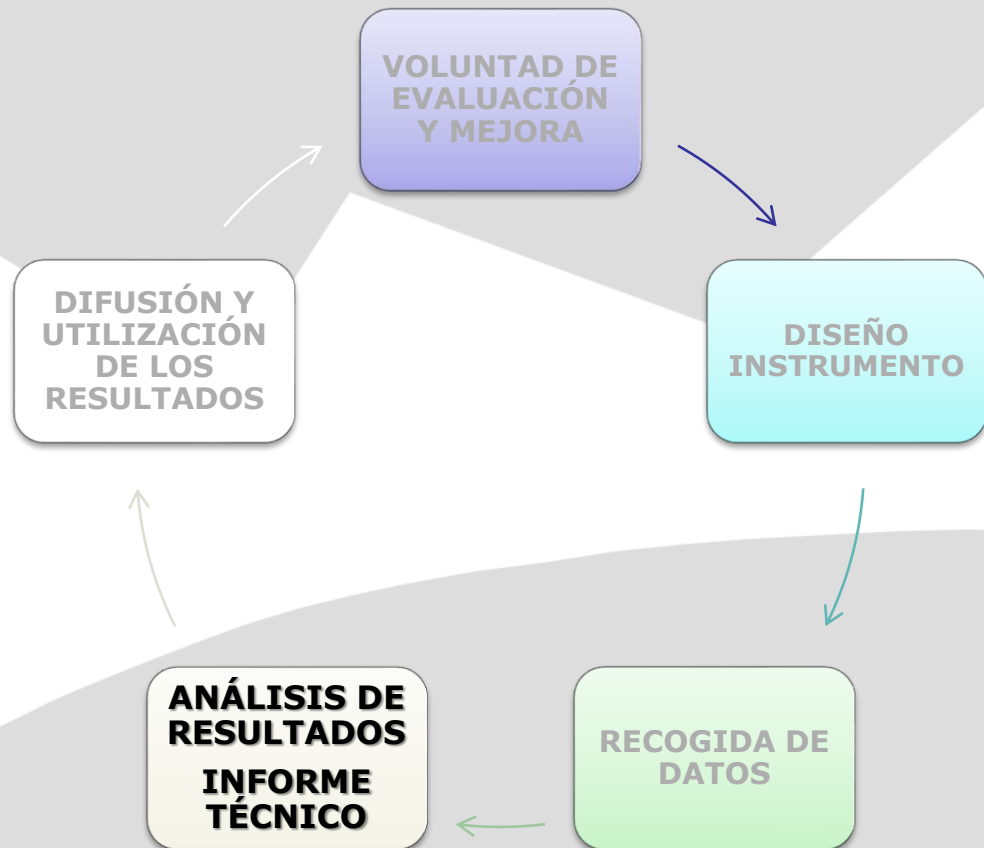


2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN



- Administración online
- Participación voluntaria
- Muestreo aleatorio estratificado
- Seguimiento de la tasa de respuesta
- Plan de comunicación

2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN



- Análisis estadístico
- Resultados segmentados
- Diferencias entre grupos
- Evolución de resultados
- Benchmarking interno y externo
- Análisis cualitativo de comentarios

INFORME TÉCNICO



INCLUYE PROPUESTAS DE MEJORA

2. EL PROCESO DE EVALUACIÓN

DIFUSIÓN

- Órganos de dirección
- Personal del servicio evaluado
- Página web de la UJI
- Comunidad participante

UTILIZACIÓN

- Iniciar acciones de mejora
- Tomar decisiones a partir de los datos
- Alimentar sistemas de gestión e información: EFQM, ISO, cartas de servicio, plan estratégico, etc.
- Plan estratégico del propio servicio

NUEVAS PROPUESTAS DE MEJORA

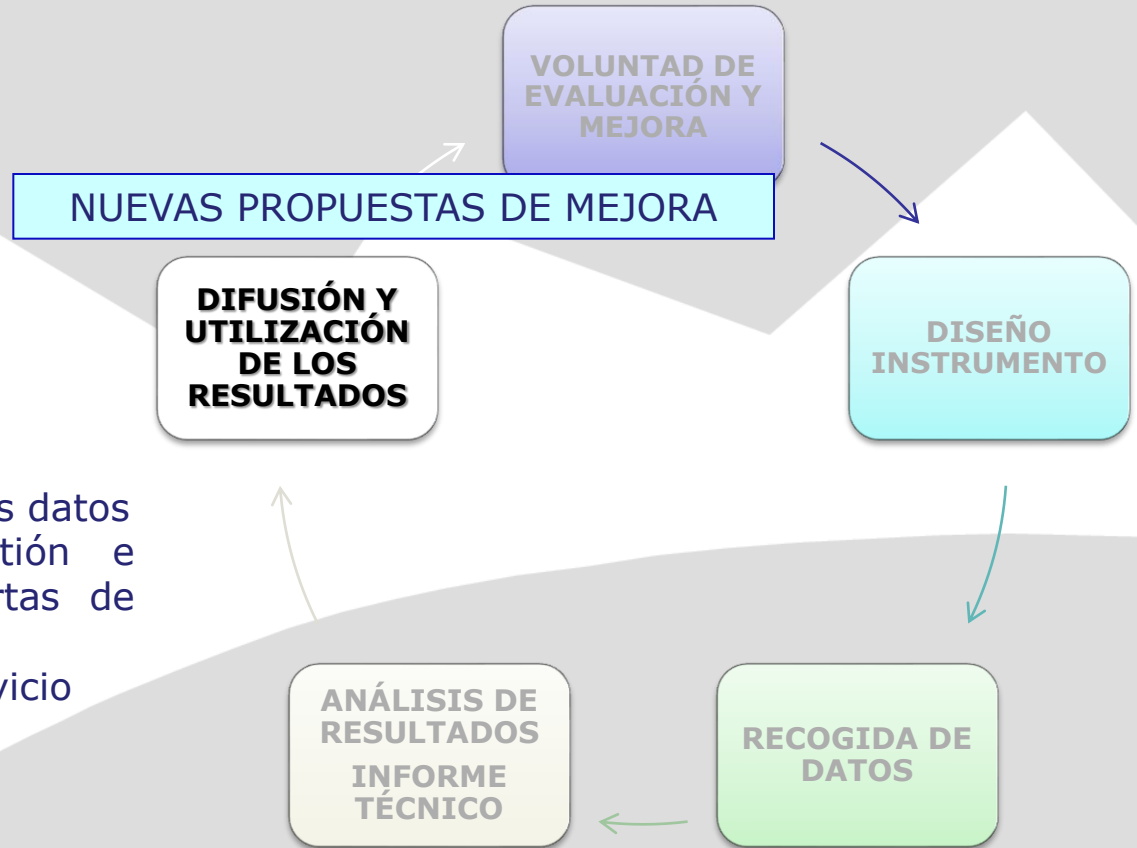
VOLUNTAD DE
EVALUACIÓN Y
MEJORA

DIFUSIÓN Y
UTILIZACIÓN
DE LOS
RESULTADOS

DISEÑO
INSTRUMENTO

ANÁLISIS DE
RESULTADOS
INFORME
TÉCNICO

RECOGIDA DE
DATOS



3. LA DIFUSIÓN DE RESULTADOS CON EL SERVICIO EVALUADO

La técnica de **Survey Feedback**

¿QUÉ ES? Es una de las técnicas más tradicionales de DESARROLLO ORGANIZACIONAL que consiste en recoger datos sobre la organización y ofrecerlos a los trabajadores para analizarlos, interpretar su significado y, llegado el caso, proponer acciones de mejora. El consultor debe seguir un ROL congruente con la consultoría de procesos y se corresponde con las teorías de intervención investigación-acción para provocar cambios

¿QUIÉN PARTICIPA? Los empleados del servicio evaluado (al menos un representante de cada área), un miembro de la Oficina de Calidad que actúa como facilitador y el jefe de la unidad organizativa, si se considera pertinente

¿POR QUÉ? *"Las personas y equipos cuando participan en la toma de decisiones, se identifican más con los objetivos que delimitan finalmente y son capaces de desarrollar comportamientos y esfuerzos que van más allá de las exigencias formales de sus puestos"*

3. LA DIFUSIÓN DE RESULTADOS CON EL SERVICIO EVALUADO

La técnica de **Survey Feedback**

¿CÓMO LO HACEMOS?

Preparación de la reunión

- Seguir la agenda planificada y gestionar el tiempo dedicado a cada tema
- Preparar el material, dar los resultados de forma visualmente clara, tenerlos clasificados y analizados previamente

Desarrollo de la reunión

- Empezar por los aspectos positivos
- Implicar a todos a participar de forma constructiva
- Hacer comentarios constructivos, escuchar evitar sacar conclusiones prematuras
- Evitar la auto-complacencia, el "tirar balones fuera", las actitudes autodefensivas, las posturas políticamente correctas o las generalidades
- Tomar nota de los aspectos clave y centrar la suficiente atención en ellos

3. LA DIFUSIÓN DE RESULTADOS CON EL SERVICIO EVALUADO

La técnica de **Survey Feedback**

EL PAPEL DEL FACILITADOR. Colabora, facilita y establece el contexto adecuado para que los empleados identifiquen posibles problemas y oportunidades, las barreras que existen, las acciones de mejora viables. Promueve las acciones de mejora, ayuda a priorizarlas y hace aflorar problemas, oportunidades y acciones reales a través de la escucha activa.

No diagnóstica, no identifica las causas ni prescribe acciones, sino que establece el contexto adecuado para que los propios empleados encuentren la solución constructiva a los problemas.

3. LA DIFUSIÓN DE RESULTADOS CON EL SERVICIO EVALUADO

La técnica de **Survey Feedback**

ACCIONES DE MEJORA

- La reunión debe cerrarse con una propuesta de acciones. No se debe ser excesivamente ambicioso. Mejor pocas acciones pero compartidas que muchas acciones que no se puedan realizar
- Hay que centrarse en acciones concretas que el grupo pueda acometer. Evitar generalidades o cuestiones que quedan fuera de alcance.
- Metodología de resolución de problemas:
 - Hay que definir claramente la SITUACIÓN que genera el problema
 - Hay que generar ALTERNATIVAS (participación y lluvia de ideas), evaluarlas y decidir cuáles son viables
 - Decidir QUIÉN (o quiénes) va a acometer cada acción y CUÁNDO
 - Recordar que el consultor sugiere y recomienda, no decide

LAS ACCIONES DE MEJORA surgidas de la sesión deben ser asumidas y compartidas. También deben ser concretas, realistas y viables e incluir la planificación de la acción (responsables, plazos, actividades, etc.)

Se introducen en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad de la UJI, donde se realiza un seguimiento de las mismas

4. BIBLIOGRAFÍA

- Ⓢ "Sistema de Dirección Estratégica. Planificación para la Excelencia. Universitat Jaume I" (2000), disponible en www.uji.es/bin/infoinst/projectes/peuji/pdf/sde.pdf
- Ⓢ "Marc de qualitat a la Universitat Jaume I" (2002), disponible el documento en <http://www.uji.es/CA/serveis/opaq/qualitat/marc.shtml>
- Ⓢ Universitat Jaume I. "Pla Estratègic UJI 2014" (2011), disponible en <http://www.uji.es/bin/infoinst/projectes/peuji/pe14v.pdf>
- Ⓢ "Sistema de Garantía Interna de la Qualitat de la Universitat Jaume I" (2010) Disponible en <http://www.uji.es/CA/serveis/opaq/qualitat/sgic/>
- Ⓢ Martínez-Tur, V., Peiró, J.M., Moliner, C. y Potocnik, K. (2010) "Calidad de servicio y calidad de vida: El "Survey feedback" como metodología de cambio organizacional". Confederación Española de Organizaciones a favor de las Personas con Discapacidad Intelectual (FEAPS). (2010).
- Ⓢ Hayes, B.E. (2002) "Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios". Barcelona: Gestión 2000.
- Ⓢ Rojas, A.J., Fernández, J.S., Pérez, C. (1998) "Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos". Madrid: Síntesis.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Ⓢ Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1985) "A conceptual model of service quality and its implications for further research". *Journal of Marketing*, vol. 49, no. 4, pp. 41-50.
- Ⓢ Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing*, no. 64, pp. 12-40.
- Ⓢ Meliá, J. L. y Peiró, J. M. (1989). "Cuestionario de Satisfacción Laboral S10/12. Estructura factorial, fiabilidad y validez". *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, nº 11, vol. 4, 179-187.
- Ⓢ Bravo, M. J.; Peiró, J. M. y Rodríguez (1996). "Satisfacción Laboral". En J. M. Peiró y F. Prieto (Dir.) *Tratado de Psicología del Trabajo*. Vol. 1: La actividad laboral en su contexto. Madrid: Síntesis Psicología.
- Ⓢ Lohr, S. L. (2000). "Muestreo: diseño y análisis". Madrid: International Thomson Editores, S.A.