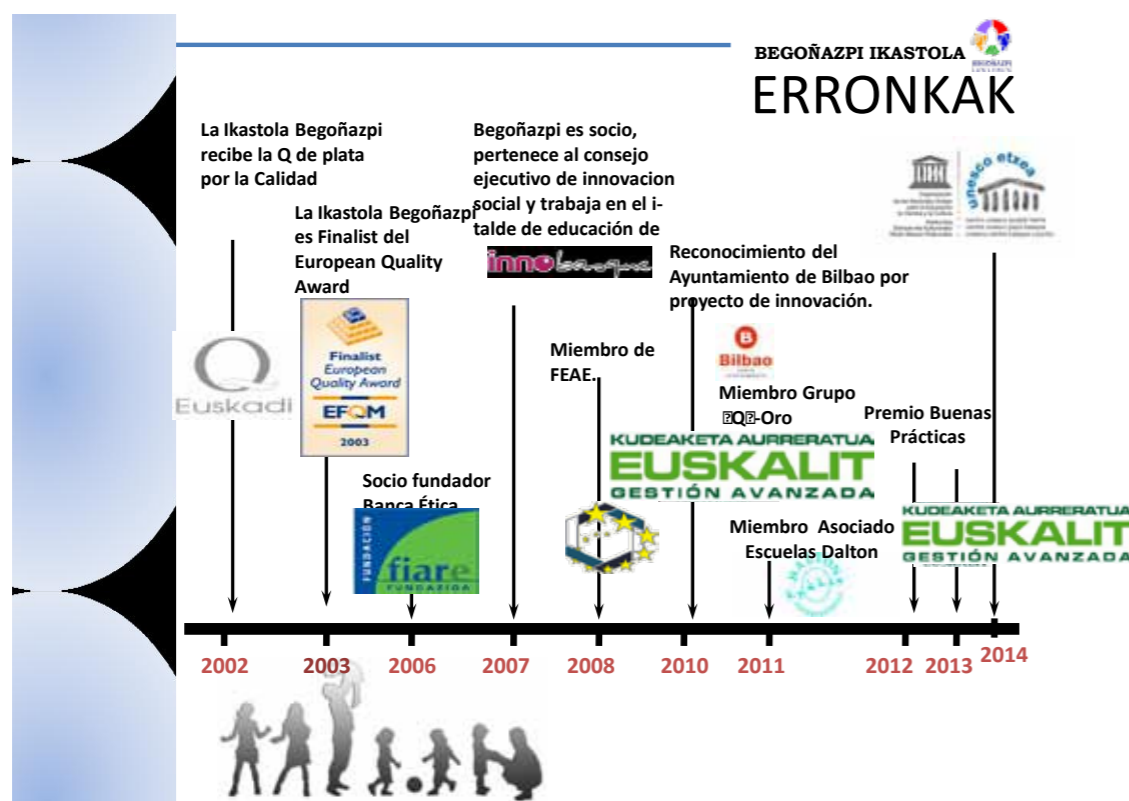


## BUENAS PRÁCTICAS SOBRE ORIENTACIÓN AL CLIENTE

### 1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

- **NOMBRE ORGANIZACIÓN:** BEGOÑAZPI IKASTOLA
- **PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS:**
  - FORMACION REGLADA
  - SERVICIOS (COMEDOR-TRANSPORTE)
  - ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES (IDIOMAS, TEATRO, MUSICA, DEPORTE)
  - SERVICIO DE GUARDERIA
  - CAMPAMENTOS DE VERANO
- **ACTIVIDAD:** EDUCACIÓN
- **CLIENTES Y MERCADOS:** PADRES-MADRES CON HIJ@S ENTRE 2-18 AÑOS
- **NÚMERO DE PERSONAS EMPLEADAS:** 100
- **OTROS DATOS RELEVANTES:**



- **PERSONA DE CONTACTO:** NEREA BEGOÑA LOPATEGI
- **TELÉFONO DE CONTACTO:** 688847032- 944005300
- **E-MAIL DE CONTACTO:** ikastola@begonazpi.net

### 2. TÍTULO DE LA BUENA PRÁCTICA

**ORIENTACIÓN AL CLIENTE: ABRIR LAS PUERTAS UNA EXPERIENCIA QUE ENRIQUECE**

### 3. DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA

En Begoñazpi Ikastola hemos tomado conciencia de que las organizaciones de cualquier tamaño y sector tienen que contemplar a sus clientes para seguir mejorando. Entendemos la Orientación al cliente como una **actitud permanente** por detectar y satisfacer las necesidades y prioridades de los clientes (internos / externos) y un compromiso personal para cumplir con sus deseos y expectativas.

#### ¿POR QUÉ LO HACEMOS?

- Porque creemos en lo que hacemos y estamos seguros de ello.
- Porque tenemos claro que la mejor propaganda de lo que hacemos son nuestros propios clientes satisfechos.
- Porque en nuestra estrategia le damos importancia a la participación de nuestros clientes, es decir nuestras familias en la ikastola.
- Porque buscamos la transparencia.
- Porque nuestros clientes nos demandaban el poder conocer más de cerca el día a día de sus hij@s en la ikastola, y para nosotros la orientación al cliente implica entre otras cosas cubrir sus expectativas y realizar acciones que de un valor añadido a lo que esperan.

#### ¿CÓMO LO HACEMOS?

Se concreta en tres acciones:

##### 1. VISITAS EN LAS AULAS DE INFANTIL Y PRIMARIA. “UNA MAÑANA CON MI HIJ@”:

Tras unas jornadas de Benchmarking en Barcelona en el año 2011, observamos que en uno de los centros visitados los padres-madres podían acudir a las aulas de sus hij@s y observar como trabajaban. En el curso 2011-12, y buscando dar respuesta a las necesidades previamente mencionadas, comenzamos con las primeras jornadas de puertas abiertas para las familias en Ed. Infantil.

Estas visitas, se desarrollan tres veces al año (una por trimestre) acudiendo a cada una de ellas entre 20-25 padres-madres divididos en grupos de 5 por aula. Los padres tienen la oportunidad de vivir una mañana desde las 9:00 hasta la 13:00 en el aula de sus hij@s y conocer cuál es la realidad de su día a día. A la hora del recreo profesores, padres y jefa de estudios toman un café donde se aprovecha para compartir lo que están viendo e intercambiar inquietudes e impresiones. Intentamos que los padres-madres, puedan ver el máximo número de actividades para tener una visión lo más real de la vida de sus hij@s en el aula. Las visitas finalizan con una pequeña encuesta donde les pedimos que valoren diferentes aspectos además de recoger sus opiniones y áreas de mejora.

Esta primera experiencia nos permitió tomar conciencia de que una vez superados los miedos iniciales que suponían exponernos ante las familias todo lo obtenido a cambio era positivo:

- El profesorado pudo recibir de primera mano el feed-back de las familias y se sintieron mucho más valorados en su trabajo.
- Se creó un ambiente de cercanía y confianza profesorado-familias.
- Las familias que acudieron a las jornadas hicieron partícipes de lo positivo de la experiencia al resto de familias lo cual repercutió en mejorar la imagen del centro.
- La satisfacción de las familias se vió mejorada.
- Se dió respuesta a los deseos de las familias. (conocer el día a día de sus hij@s en el aula)

Ante los buenos resultados obtenidos, y la satisfacción generada tanto en familias como profesorado se decidió ampliar la experiencia y los siguientes cursos escolares se fue incrementando el número de familias participantes y los diferentes cursos educativos.

A día de hoy se realizan en las aulas de 4 y 5 años de Ed. Infantil así como en las de 1º-2º-3º y 4º de Educación Primaria.

##### 2. JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS EN EL COMEDOR:

Siendo conscientes de la importancia que ha adquirido hoy en día la alimentación de los hij@s y ante la inquietud de algunas familias del centro sobre este tema, inspirándonos en la experiencia y buenos

resultados de las visitas en las aulas decidimos dar opción a las familias de realizar jornadas de puertas abiertas en el comedor escolar.

Las jornadas se realizan una vez por trimestre acudiendo entre 25-30 padres-madres a cada una de ellas. El día comienza con una pequeña charla a cargo de la persona responsable del comedor del centro donde se les explican los diferentes aspectos de organización, menús, cuidado y control que se llevan a cabo dentro de este servicio.

A continuación, se visitan los diferentes comedores y cocinas del centro escolar y se finalizan las jornadas comiendo en el comedor. Como cierre se pasan unas encuestas donde se les pide que valoren diferentes aspectos además de recoger sus opiniones y propuestas de mejora.

Estas jornadas empezaron a realizarse en el curso 2012-2013 y continúan realizándose a día de hoy, habiendo tenido como consecuencia las siguientes mejoras:

- Mejoras en las encuestas de satisfacción.
- Visión más positiva por parte de las familias del servicio de comedor.
- Recogida de propuestas de mejora posteriormente implementadas en el servicio de comedor.

### 3- RETOS PÚBLICOS Y PARTICIPATIVOS

A lo largo de la educación secundaria y bachillerato el alumnado debe hacer frente a un reto. Este reto se desarrolla en cada curso lectivo con una duración que va de menos a más. El reto termina en una jornada de puertas abiertas donde las familias pueden acudir a la defensa del proyecto ante un tribunal.

La participación de las familias no se reduce a su mera presencia, asistir a la presentación de su hij@, sino que los tribunales se componen de padres-madres que trabajan o tienen relación con el tópico elegido ese año, ya que la preparación del reto (desde un proyecto científico a un proyecto tecnológico), necesita de testimonios que ayuden al alumnado a avanzar en la investigación.

#### ¿POR QUÉ ES UNA BUENA PRÁCTICA?

- Porque trabaja de forma eficiente la vinculación emocional con el cliente y eso favorece la FIDELIZACIÓN. Cuando conoces a las persona detrás del teléfono, las tratas y creas un vínculo emocional, es más fácil que en igualdad de condiciones te elijan a ti en vez de a otro.
- Es una buena práctica también porque permite al cliente conocer el producto/servicio de una forma directa y real, y cuando uno conoce lo que va a comprar y le hemos dado confianza es más fácil VENDER EL PRODUCTO
- Además es una práctica que con poco coste material consigue mucho.
- Es una experiencia WIN-WIN a tres bandas:
  - EMPRESA
  - CLIENTE
  - PERSONAS DE LA ORGANIZACIÓN

### 4. RESULTADOS

- Resultados en clientes:
  - Satisfacción con el servicio/producto que se da (práctica educativa, comedor)
  - Ajuste de expectativas.
- Resultados en personas:
  - Mejora de la visión de la figura del profesorado
  - Reconocimiento del trabajo
  - Cercanía y empatía
- Resultados estratégicos:
  - Participación de las familias
  - Transparencia

#### ALGUNOS DATOS:

Nº familias visitas aulas	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
ED.INFANTIL	20	120	126	47(faltan dos sesiones más)
ED.PRIMARIA			69	77

Satisfacción visitas aulas	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
ED.INFANTIL	9,1	9,3	9,3	9,5
ED.PRIMARIA			9,4	9,5

#### Frases significativas:

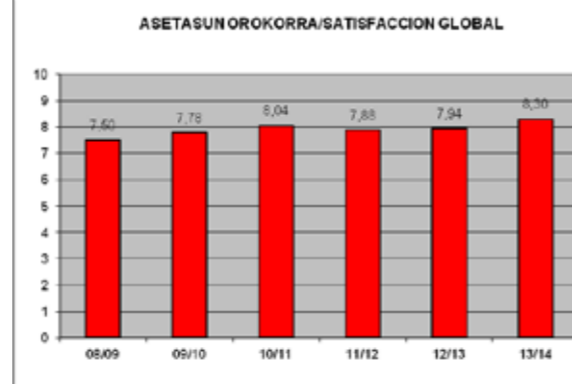
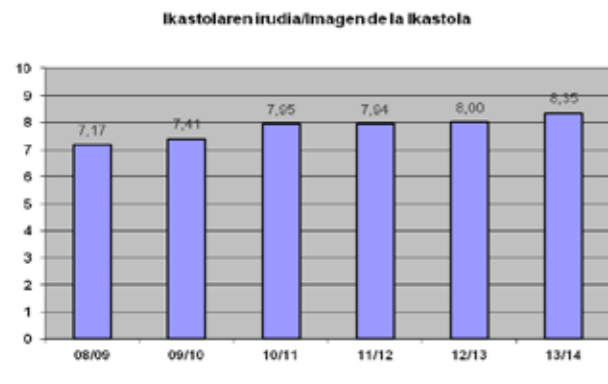
- Buena experiencia, a los niños les sorprende la entrada pero luego no nos prestan atención. Ha sido una iniciativa maravillosa.
- Muchas gracias por la organización. Hemos visto que hay un gran trabajo detrás de cada pequeño logro de nuestros hijos. ¡Cuánto trabajan! ¡Y que a gusto! Están supe motivados para aprender. Eskerrik asko danagaik!!
- Ekimen polita. Hau egiteko aukera pribilegiotzat jotzen dut. Ziur nago guraso guztiak gustora egingo luketela. Zorionak!!
- Ha sido muy gratificante ver durante unas horas la buena organización y el buen funcionamiento de la ikastola. Y sobre todo poder compartirlo con mi hijo.
- Umeen egunerokotasuna ezagutzeko aukera bikaina. Eskertzekoa
- Esperientzia bikaina. Errepikatzeko modukoa. Tutoreen /Irakasleen lan bikaina, oso inplikatura.

Jornadas comedor	2013-2014	2014-2015
Nº padres	60	30 (faltan dos sesiones más por hacer este año)
Satisfacción	9,2	9,5

#### Frases significativas:

- Agradecer el servicio prestado. Ha sido una experiencia satisfactoria
- Me ha encantado la experiencia. Me han parecido muy profesionales las explicaciones de higiene, sanidad. Etc Eskerrik asko por esta oportunidad.
- Es una actividad muy interesante. Seguid repitiéndola.
- Ha sido muy interesante y la verdad tenéis una organización increíble.





- VALORACIÓN DE LAS FAMILIAS RESPECTO A LA **TRANSPARENCIA** DE LA IKASTOLA EN CUANTO A LA INFORMACIÓN SOBRE LA GESTIÓN Y PLANTEAMIENTOS EDUCATIVOS: **7.95** (El 13-14 fue el primer año que se preguntó sobre este aspecto)

### 5. LECCIONES APRENDIDAS

Abrir las puertas a nuestro@s clientes ha sido y es una invitación a salir de la zona de confort y a través de ello hemos aprendido:

- Que detrás de nuestros miedos hay oportunidades para seguir aprendiendo y mejorando.
- Que cuando explicas y muestras lo que haces se crea una mayor clima de confianza y empatía entre cliente/organización, se valora más tu trabajo y por lo tanto se da una mayor sentido al trabajo de las personas de la organización.
- Que estas experiencias compartidas son nuevas oportunidades para escuchar a los clientes y consecuentemente desarrollar mejoras en nuestros productos/servicios y ajustar expectativas y necesidades.
- Que la orientación al cliente redonda:
  - En la satisfacción de los clientes
  - En la disminución del nº de quejas

### 6. TRANSVERSALIDAD

Entendemos que cualquier empresa u organización independientemente de a lo que se dedique puede aplicar la buena práctica presentada. Su esencia reside en abrir nuestras puertas y mostrar lo que hacemos sin miedo y con transparencia.

¿En qué negocio no se busca que...?

- cliente-Empresa ganen en aprecio mutuo?
- mejore el conocimiento de lo que se hace/producto?
- se ajusten las expectativas y necesidades entre cliente-empresa?
- las personas de la organización se sientan valoradas?
- mejore la imagen que tiene el cliente de la empresa?

B/S/H/

**BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, S.A.**  
El cliente, motor de impulso de la innovación y la excelencia en BSH España