

# EFQM Good Practice Competition 2014

## Creative Customer Solutions

### Registration form

Contact person	Ricardo González Lafuente
Job Title	Customers Committee
Organisation	CTI SOFT
Street	San Sebastián
Zip and city	20014 San Sebastián
Country	Spain
Email	rgl@spyro.es
Phone	943 335122
Activity sector	Information Technology

The registration form and submission report have to be returned together with the video to Vinciane Beauduin at EFQM ([Vinciane.beauduin@efqm.org](mailto:Vinciane.beauduin@efqm.org)) by 16 May 2014 at the latest.

Should you have any queries, feel free to contact Vinciane Beauduin via email at [Vinciane.beauduin@efqm.org](mailto:Vinciane.beauduin@efqm.org), or by phone on +32 2 775 3510.

### Good Practice - Submission Report

Good Practice Title	Customers Committee
---------------------	---------------------

### Organisation overview

CTI Soft se constituyó en el año 1985. Desde el año 2005 está ubicada en el Parque Tecnológico de San Sebastián, donde dispone de 1.300 m2. Su objeto social es: “estudios, proyectos y diseños informáticos y sus correspondientes análisis y programación, así como la distribución de proyectos informáticos y, en general, el desempeño de todas las actividades derivadas de las anteriores”.

CTI Soft, es una organización referente en Tecnologías de la Información para la gestión integral de empresas. Desde el principio definimos como objetivo primordial el proporcionar una respuesta integral a los requerimientos de la gestión de los procesos de las empresas, apostando por enfocar y resolver toda la problemática técnica, desde el análisis de las operaciones, la formación y capacitación del personal, hasta la total integración de los recursos informáticos.

#### MISSION

Somos una empresa creadora e integradora de soluciones informáticas que posibilita la gestión optimizada de los procesos de negocio de las organizaciones industriales, comerciales y de servicios, buscando la máxima satisfacción del cliente, la autorrealización de nuestro personal y la rentabilidad de los accionistas.

#### VISION

Ser un claro referente en el mercado a nivel de soluciones informáticas de gestión, tanto por el alto nivel de satisfacción de los clientes como en materia de calidad total’.

## VALORES

- ✘ Trabajo en equipo (Compañerismo)
- ✘ Estamos orientados a la satisfacción del CLIENTE
- ✘ Somos una organización innovadora
- ✘ Nos COMUNICAMOS con claridad
- ✘ Cumplimos con los compromisos que adquirimos

En CTI SOFT desarrollamos el ERP SPYRO, que está implantado en más de 300 empresas, con más de 6.000 usuarios trabajando con él en todo el mundo.

Nuestros clientes se encuentran principalmente en el País Vasco y Navarra, si bien tenemos delegaciones y distribuidores en toda España: Madrid, Valencia, Canarias, Galicia,... Igualmente hay usuarios SPYRO trabajando en China, India, Canadá así como en muchos países europeos, ...

Desde nuestros comienzos la Calidad ha sido un eje fundamental de nuestra gestión y hemos apostado fuertemente por ella. Así, CTI SOFT se inició en el camino de la Calidad en el año 1996 con el proyecto de implantación de un Sistema de Calidad, en base a las Normas ISO, obteniendo en **1998**, la Certificación **ISO-9001** de su Sistema de Calidad, siendo la primera empresa de desarrollo de ERPs a nivel nacional en lograrlo. En **1999**, y en colaboración con las fundaciones TIC del País Vasco (GAIA) y la de calidad (EUSKALIT), se adopta el **Modelo EFQM** de gestión en la Empresa, obteniendo en 2006 el reconocimiento por parte de EUSKALIT y del Gobierno Vasco, la 'Q de Plata', por superar los 400 puntos en base al modelo EFQM. Y en 2010 la 'Q de ORO', por superar los 500 puntos, siendo nuevamente la primera empresa de nuestro sector a nivel nacional que la obtiene.

Otras certificaciones, premios y logros obtenidos en los últimos años :

2006	Mejor Empresa de Servicios	Cámara de Comercio Gipuzkoa
2007	CMMI Nivel 2	Capability Maturity Model Integration otorgado por la Universidad Carnegie-Mellon para el SEI (Software Engineering Institute)
2007	Igualdad entre Mujeres y Hombres	Reconocimiento como entidad colaboradora en igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres otorgado por Emakunde, el Instituto Vasco de la Mujer
2007	Acuerdo con la Consejería de Industria del País Vasco	Firmamos un acuerdo para la difusión de la Excelencia en las PYMES industriales vascas.
2008	Finalista Mejor Buena Práctica	EUSKALIT, por la Buena Práctica de SPYRO Gestión Estratégica, software de apoyo para gestionar en base al modelo EFQM
2009	ISO 27001	Certificado por APPLUS
2012	Mejor Práctica Gestión en categoría de Servicios Avanzados	EUSKALIT, con la presentación de SPYRO TOUCH, software de gestión orientado a tablets y smartphones
2012	Premio empresa Flexisegura	ADEGI (asociación de empresarios de Gipúzcoa), por las medidas puestas en marcha para fomentar la conciliación laboral y familiar

## Desired Results

- Summarise the key objective(s) of the approach you have adopted
- What has been improved in detail?

### 1. Motivación y Objetivos

Las necesidades cambiantes de las organizaciones con sus propias particularidades hacían sumamente complicado determinar qué mejoras y nuevas funcionalidades deberíamos incluir en nuestro producto, SPYRO ERP, para aportar el máximo valor a nuestros clientes.

Antes de la puesta en marcha del Comité de Clientes recogíamos dichas necesidades a través del equipo de comercial y Marketing, Universidades y centros tecnológicos.

Con el tiempo observamos que algunas de las mejoras que incluíamos en el estándar apenas eran utilizadas por un puñado de clientes, y a la inversa, cuando a algún cliente le explicábamos algún desarrollo a medida realizado para otro cliente, se mostraba entusiasmado y nos lo solicitaba.

Fruto de la participación de las personas en los procesos y su aportación con sugerencias de mejora al detectar esta falta de información de un grupo de interés tan importante como son nuestros propios clientes, surge la propuesta de creación de un comité con personal técnico cualificado de nuestra unidad de I+D y con clientes, que tras una reflexión del comité estratégico decidimos poner en marcha ya que concluimos que si nuestro producto debe cubrir las necesidades y expectativas de nuestros clientes, quién mejor que ellos mismos para transmitírnoslo.

Por ello apostamos por crear un proceso Innovador, pionero y único que sepamos en nuestro sector a nivel nacional: El COMITÉ de CLIENTES

Ya que podíamos colaborar con nuestros clientes, ¿por qué no aprovecharlo para conocer sus expectativas y necesidades sobre nuevos productos, servicios, testeos de nuevas funcionalidades, ...?

Principales Objetivos:

- Orientar los nuevos desarrollos de SPYRO ERP a las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
- Incrementar la satisfacción de nuestros clientes mediante mejoras priorizadas por ellos mismos.
- Comprobar el correcto funcionamiento de las nuevas versiones antes de su liberación (Beta-Tester)
- Mejorar nuestro servicio de actualizaciones de versiones siendo más potentes funcionalmente y estables.
- Validar el interés en los nuevos productos antes de lanzarlos a producción.

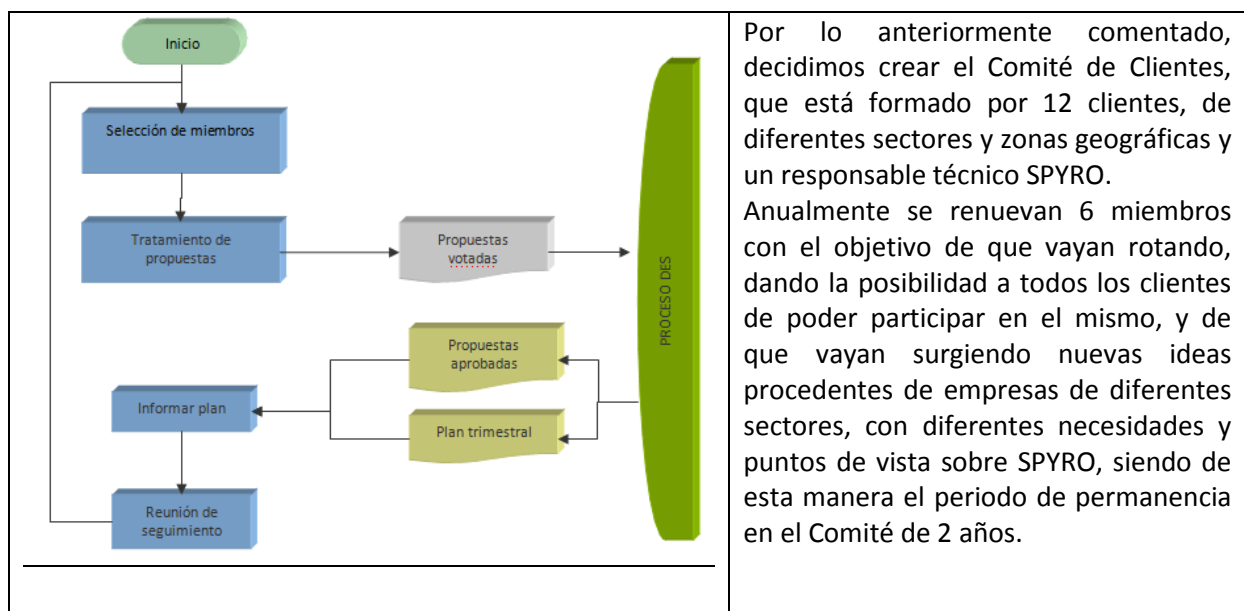
Gracias a este Comité de Clientes se desarrollan anualmente las funcionalidades mejor valoradas por sus participantes mediante un sistema de votación tras el conocimiento de todas las propuestas, lo que ha redundado en más y mejores funcionalidades y desarrollos para todos los clientes de SPYRO validados y priorizados por los propios clientes, así como en mejoras estéticas y de usabilidad del ERP entre otras.

## Approach

- Describe the current approach within your organisation
- Describe which elements have been implemented
- Describe how this approach is linked to your overall strategy

En línea con nuestra Misión (looking for the maximum customer's satisfaction), Visión (Be an important referent .... for the high level of our customer satisfaction) y Valores (estamos orientados a la satisfacción del CLIENTE, somos una organización innovadora), estamos constantemente analizando la forma de mejorar el servicio que damos a nuestros clientes y mejorar su satisfacción.

### DIAGRAMA Ciclo anual del Comité de Clientes



Cada ciclo de trabajo del comité de clientes consta de 2 reuniones anuales:

- PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS (octubre-noviembre): se presentan y analizan las propuestas de mejora aportadas por los miembros. Tras esta presentación se votan y se decide cuales pasarán a ser parte de la siguiente versión estándar de SPYRO.
- SEGUIMIENTO (junio-julio): Se revisa el cumplimiento de los compromisos adoptados por parte de CTI SOFT. Este objetivo se ha ido ampliando y actualmente:
  - Presentamos los nuevos productos o servicios en los que estamos trabajando recogiendo su feed-back.
  - Los clientes intercambian conocimiento exponiendo sus casos de uso de SPYRO avanzado, explicándolo en detalle para el resto de miembros.
  - Comparten con el resto de clientes sus expectativas y necesidades a corto, medio y largo plazo, proponiendo el desarrollo de nuevos módulos, producto, servicios, etc.

## Deployment

### ■ Describe how this approach was implemented within your organisation

### ■ What were the major challenges you had to overcome?

Tras analizar los múltiples pros y escasos contras surgidos en la reflexión realizada, pusimos en marcha de inmediato un proceso asignándole un responsable del mismo proveniente del proceso de I+D quien cogió sus 'riendas' y se encargó de su puesta en marcha, con la colaboración principalmente de las personas del equipo comercial y técnico.

Al ser un aspecto tan innovador y no estar al 100% seguros de la aceptación que tendría entre nuestros clientes, en lugar de hacer pública su creación y solicitar voluntarios de forma masiva, para conformar el primer comité, preseleccionamos una serie de candidatos a quienes el responsable comercial de la cuenta les explicó individualmente la idea. La acogida fue mejor de la esperada, y si bien inicialmente nuestra idea era contar con 8 ó 9 clientes, tuvimos que ampliar el número a 12.

La manera de trabajar es la siguiente :

Las propuestas de mejora son enviadas por cada miembro del comité al responsable del comité, con 1 mes de antelación a la fecha de reunión. Después de recopilarlas, el responsable las reenvía a todos los miembros para su conocimiento previo a la reunión de puesta en común de ideas. En esta primera fase hacemos una primera selección, dado que algunas de las mejoras propuestas ya están solucionadas en SPYRO y, simplemente, se trataba de desconocimiento de su existencia o de la manera de activarlas.

Las propuestas aportadas se presentan y analizan en la reunión de octubre. Cada cliente es el responsable de presentar y exponer sus propias ideas, tratando de 'vendérselas' al resto de miembros para que las voten.

Tras esta reunión los miembros del Comité valoran cada propuesta con un valor de 0 a 3.

Las propuestas más valoradas son trasladadas al Departamento de Desarrollo por parte de CTI, quien reporta la planificación de las mejoras a los miembros del Comité. El avance con los compromisos adquiridos se realiza en la reunión de seguimiento de julio.

En este sentido, para cada miembro del Comité es importante presentar mejoras aplicables a cualquier empresa y de cualquier sector, ya que si se trata de mejoras muy específicas para su negocio, es probable que no sean votadas por los otros 11 miembros del Comité, y, por lo tanto, que no salgan adelante.

El principal reto al que nos hemos tenido que enfrentar ha sido el cambio de paradigma que supone el Comité en las relaciones empresa / cliente, para poder abordar esta relación desde una perspectiva diferente a la existente en el mercado hasta ese momento y lograr unos resultados incluso mejores de los esperados inicialmente.

Por ello tuvimos que superar las reticencias iniciales de algunas personas que nos preguntaban si íbamos a 'meter al lobo en casa'. Y muchas de las organizaciones a las que presentamos esta buena práctica, siguen siendo reticentes a implantarla por este motivo, siguen sin ver la relación empresa - cliente como un ganar – ganar, en el que ambas organizaciones pueden realizar sus aportaciones para beneficio de mutuo o, probablemente, no se atreven a implementarla por temor a que la reunión se convierta en una puesta en común de 'quejas', haciendo frente común al proveedor.

Otro reto importante a superar ha sido el tener que aceptar las decisiones surgidas de ese Comité, priorizando algunos desarrollos en lugar de otros que, como empresa, podíamos considerar más interesantes.

## Assessment

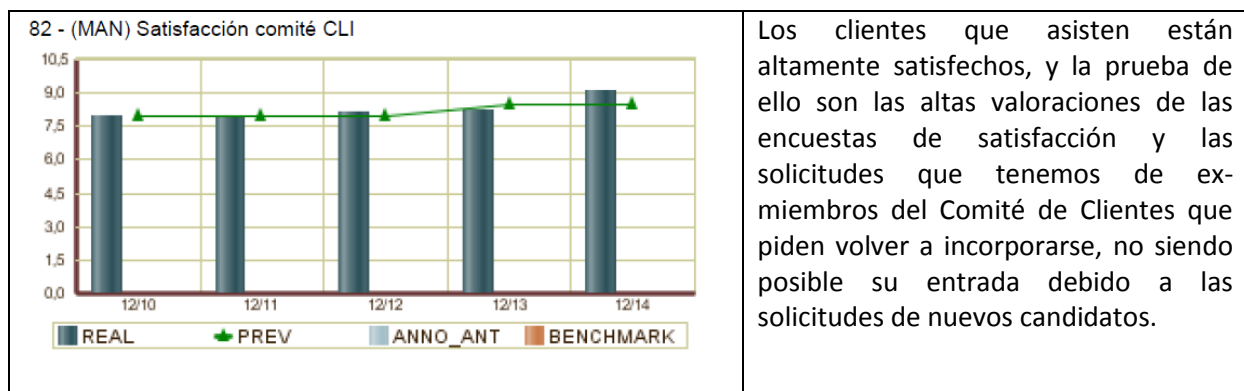
### ■ Please describe what benefits have been achieved

Gracias al Comité de Clientes y una mínima dedicación de horas de organización, conseguimos aprovechar nuestra inversión en mejoras de producto, despertar el interés en nuestros clientes por aportar ideas de mejora e incrementar el conocimiento de todo el producto por parte de los clientes. Todo ello redundando en un mayor aprovechamiento y con ello, en una mayor satisfacción.

En la encuesta de clientes, que realizamos cada 2 años (recoge la valoración de al menos 100 clientes) se ha notado desde su puesta en marcha una mejora constante en la satisfacción de éstos con los diferentes módulos que componen el ERP SPYRO.

Al finalizar cada sesión del Comité de Clientes, entregamos una encuesta a los asistentes para conocer la satisfacción de los mismos y detectar así las sugerencias o propuestas que nos puedan hacer los clientes para mejorar en futuras ediciones el propio proceso.

Es de agradecer el esfuerzo que realizan, no sólo económico, sino también en tiempo ya que algunos de ellos recorren más de 3.000 kms debiendo acercarse el día anterior y regresando al siguiente.



Derivados de nuestra Misión/Visión y Valores definimos nuestra responsabilidad social en 3 grandes ámbitos de actuación:

- Desarrollo sostenible.
- Compromiso con la creación de empleo de calidad, en nuestro entorno, en igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- Compromiso firme y sostenido con la gestión de la Calidad Total y su divulgación en nuestro entorno. A raíz de la consecución de la Q Plata en 2006, se determinó posibilitar a la Sociedad el conocimiento sobre las prácticas de gestión desarrolladas en el seno de la organización. En el año 2007 firmamos un acuerdo con la Conserjería de Industria del Gobierno Vasco para la difusión de la Excelencia entre las PYMES industriales vascas.

En sintonía con este tercer ámbito de actuación, hemos participado como ponentes en multitud de eventos dando a conocer a otras organizaciones nuestro modelo de relación con los clientes, destacando el Comité de Clientes y animándoles a crear el suyo propio, ya que consideramos que todo son ventajas.

Algunas empresas han creado su propio Comité tras asistir a alguno de estos eventos, como es el caso de Mecanizados Alberdi, situada en Vizcaya, sintiéndonos orgullosos de que nuestras buenas prácticas sean inspiradoras y animen a otras empresas u organizaciones a ser innovadores y a dar sus primeros pasos bajo el modelo EFQM; así como de poner nuestro granito de arena en la contribución al desarrollo del entorno empresarial en el que nos movemos, ya que consideramos que iniciativas como ésta son positivas para el desarrollo de una región.

## Refinement

### ■ What are the lessons learned?

### ■ Summarise the planned next steps if applicable

Gracias a las encuestas y a las propuestas recogidas en las mismas hemos ido mejorando la gestión del Comité de Clientes. Entre las mejoras incorporadas destamos las siguientes :

- anteriormente los clientes traían sus propuestas directamente al Comité, donde las explicaban al resto, y posteriormente se votaban. A raíz de una sugerencia, ahora las propuestas de mejora se envían al responsable del comité con unos días de antelación, quien las reenvía al resto de miembros y puedan así conocerlas y presentar sus dudas durante la reunión.
- creación de un documento explicativo con las propuestas aprobadas
- incluir en la reunión de seguimiento del mes de julio debates específicos sobre líneas futuras de colaboración, lanzamiento nuevos productos y servicios, evolución tecnológica, gestión del conocimiento, ...
- ser estrictos con la agenda de la jornada, evitando cuñas que impiden el cumplimiento de los horarios establecidos. Se concienca a todos los ponentes de la importancia de cumplir los horarios y el moderador de la reunión tiene este aspecto muy en cuenta. En el último Comité, el ítem que valora la duración y aprovechamiento de la jornada fue valorado con una media de 9,4 puntos sobre 10.

En general, podríamos decir que si bien inicialmente el Comité de Clientes se puso el marcha para tener en cuenta su opinión en la evolución y mejora del producto SPYRO, con el paso del tiempo y gracias en gran medida a su participación, hoy en día es mucho más :

- Se ha ampliado hacia entornos colaborativos donde los propios clientes intercambian experiencias y aprenden unos de otros.
- Nos indican sus necesidades y expectativas futuras.
- Validan el lanzamiento de nuevos productos que posteriormente presentamos al mercado y al resto de clientes en el Congreso Anual SPYRO, donde ellos mismos explican sus propias experiencias a cientos de asistentes y donde algún cliente llegó a comentar : . <<más que Grupo SPYRO, yo lo definiría como la 'familia' SPYRO>>.

Y de este Comité de Clientes han surgido nuevas iniciativas como el Día del Cliente (con periodicidad trimestral en la cual invitamos a un cliente a venir a nuestras instalaciones, y transmitir a la plantilla de CTI a qué se dedica su empresa, qué es lo que hacen, sus planes estratégicos, cómo ven su relación con SPYRO, lo mejor de nuestro producto / servicio, así como aquello en lo que tenemos que mejorar y qué espera de nosotros de manera inmediata y a futuro. Con esto conseguimos que parte de nuestra plantilla, que no suele tratar con los clientes personalmente, tenga un contacto directo conociéndoles personalmente y escuchando de primera mano el feedback del trabajo que realizan.