



INFORME DE EVALUACION

FORTEC FORMACIÓN Y TECNOLOGÍA

Junio 2010 - Junio 2013



Management Information Spain S.L. - Segundo Mata 1, 2a, of. 9 - 28224
Pozuelo de Alarcón (Madrid) - Informaciones sobre Qfor : <http://www.qfor.org>

INFORME DE CALIDAD Y RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN REALIZADA

NOTA: LA INFORMACIÓN RECOGIDA EN ESTE APARTADO ES EL
RESULTADO DEL ANÁLISIS DE LOS DATOS QUE SE
DESPRENDEN DE LAS VALORACIONES QUE LOS CLIENTES DE **FORTEC
FORMACIÓN Y TECNOLOGÍA** HAN HECHO DE SUS PRODUCTOS Y
SERVICIOS DE ACUERDO CON
LA METODOLOGÍA Qfor

FORTEC FORMACIÓN Y TECNOLOGÍA

Emilia Pardo Bazán nº16 Local
Zaragoza C.P. 50018

*Interlocutora: Dña. Raquel Garcia
Certificación Junio 2010 A Junio 2013*

TIPO DE CLIENTES

I. ESTUDIO DE SATISFACCION DE CLIENTES

Han sido entrevistados en profundidad clientes pertenecientes a los siguientes sectores: empresas de carácter privado, asociaciones empresariales y organizaciones sindicales.

1. CUADRO SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS GENERALES Y ESPECÍFICOS¹

	SATISFACCIÓN GENERAL	FASE PREPARATORIA	DESARROLLO DEL PROGRAMA	FASE POSTERIOR	PROFESORES	MATERIALES FORMATIVOS	RELACIONES CON EL ORGANISMO	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	INSTALACIONES	RELACIÓN CALIDAD - PRECIO
3		1		2						6
3,1										
3,2			1							
3,3										
3,4										1
3,5	2	2	1	2	2	2	1		3	2
3,6										
3,7								1		
3,8	3	1	1		1				1	
3,9			1	1		1	1			
4	5	6	6	4	7	7	8	7	3	
N/C				1				2	3	1
Media	3,84	3,78	3,84	3,66	3,88	3,89	3,94	3,96	3,78	3,16
Peso	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
Impacto		0,25	0,89	0,56	0,59	0,59	0,54	0,38	0,94	-0,55

EVALUACIÓN DE FORTEC FORMACIÓN Y TECNOLOGÍA

¹ Se recogen las puntuaciones otorgadas por los diez clientes en cada concepto. Se puntúa en una escala de 1 a 4 pudiendo emplear decimales, en la que 4= Muy Satisfecho; 3 a 3,9 = Satisfecho; 2 a 2,9 = Ni satisfecho ni insatisfecho, 1 a 1,9= Insatisfecho.

² NMSG: La media de los niveles de satisfacción general de todos los clientes encuestados.

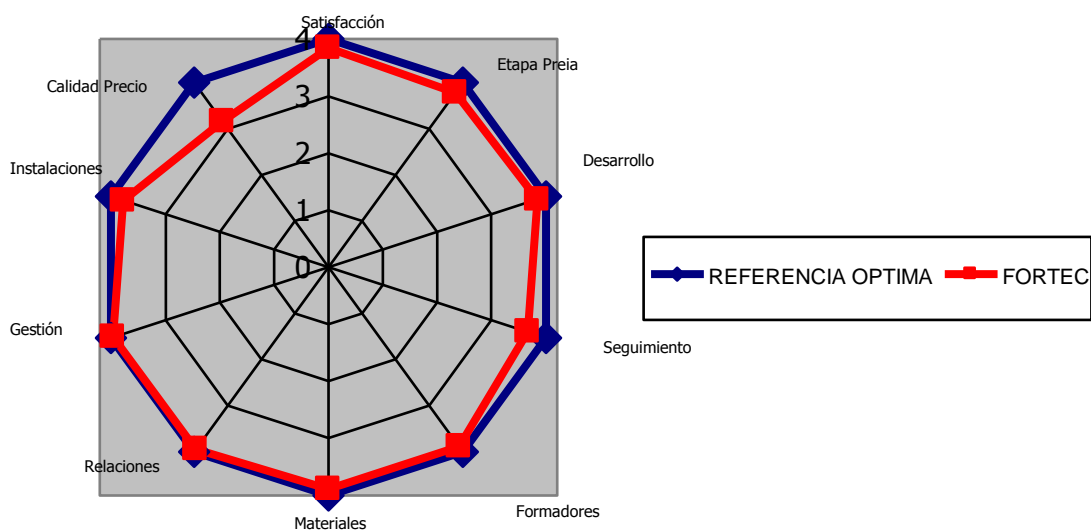
³ PMV: Es la media de todas las puntuaciones atribuidas por los encuestados a los diversos aspectos sobre los que se ha investigado.

⁴ Media de todas las puntuaciones atribuidas por los encuestados pero teniendo en cuenta el diferente peso de los aspectos evaluados

2 VALORES MÁS SIGNIFICATIVOS DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Puntuación media de la satisfacción de los clientes:	3,84 puntos sobre cuatro
Puntuación media del conjunto de las variables:	3,77 puntos sobre cuatro
Puntuación media ponderada de todas las variables:	3,79 puntos sobre cuatro
Puntuación media ponderada de satisfacción general:	3,82 puntos sobre cuatro
% de satisfacción de los clientes:	100% (Todos los clientes por unanimidad)
Índice de Homogeneidad	100% (Misma tendencia sin discrepancias)

3. SITUACIÓN DE ESTE ORGANISMO RESPECTO A SUS REFERENCIAS ÓPTIMAS

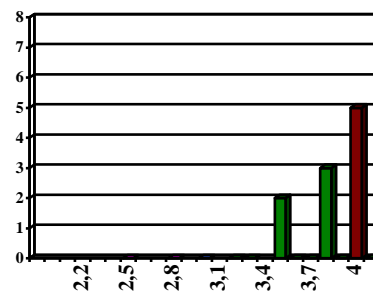


4. COMENTARIOS SOBRE LOS ASPECTOS PRINCIPALES DEL SERVICIO RECIBIDO**Satisfacción General**

La totalidad de los entrevistados estiman que FORTEC da unos servicios excelentes y su nivel de satisfacción es muy alto. Cinco clientes dan la máxima puntuación y dos sólo de décimas menos.

Todos se sienten fidelizados. Uno de los entrevistados es nuevo cliente y comenta que volverá a contratar a FORTEC. Otro cliente comenta que esta entidad es "su departamento de formación", ya que todas las actividades de este tipo se las encargan a ellos:

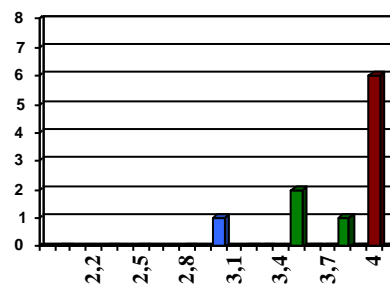
- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,5 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,84 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 puntos sobre cuatro. (5 clientes).

**Fase Preparatoria**

Los clientes consultados manifiestan que el trabajo realizado por FORTEC en esta etapa ha sido Muy Bueno. Entienden que el proceso de análisis de las necesidades del cliente fue ejecutado correctamente y que, como consecuencia de esta buena recogida de la información y su organización sistemática propusieron en cada caso un proyecto correcto, adecuado en contenidos y ajustado a presupuestos razonables.

Las valoraciones hechas por los entrevistados son las siguientes:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,78 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La correlación entre esta variable y el nivel de satisfacción de los clientes es baja: 0,25.

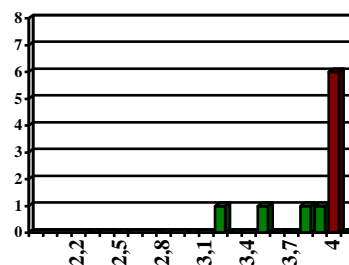
**Desarrollo de los cursos**

Comentan los clientes que la totalidad de acciones de formación encargadas a FORTEC se han desarrollado de acuerdo a lo pactado, ajustadas a los objetivos y respondiendo a las expectativas de los clientes. De modo general, no han echado en falta acciones y advertido carencias en las actividades desarrolladas.

Los cursos y servicios recibidos han sido presenciales y "on-line", con lo que en ambos casos se ha confirmado la calidad profesional de la entidad.

Las puntuaciones otorgadas son:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,2 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,84 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 sobre cuatro. (6 clientes).
- La correlación de esta variable con la satisfacción de los clientes es muy alta: 0,89, y por tanto. Es muy significativa.



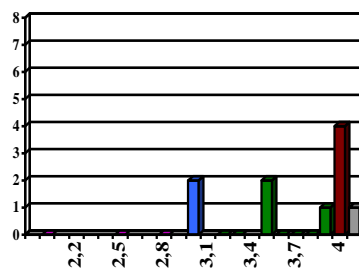
Fase posterior al programa y seguimiento

Se ha profundizado en el análisis de los resultados prácticos y del impacto real sobre los alumnos una vez finalizadas las acciones formativas.

Todos los entrevistados estiman que este aspecto resultó altamente positivo, tanto a nivel de la adquisición de habilidades como en lo que se refiere a la motivación positiva de estos.

Las puntuaciones otorgadas son:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es 3 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,66 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 sobre cuatro. (4 clientes).
- La correlación de esta variable con la Satisfacción general es moderada: 0,56.



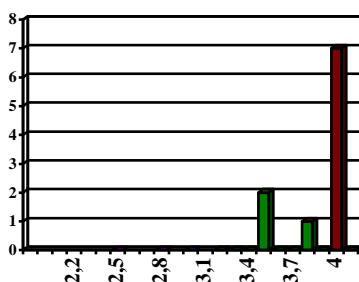
Formadores y expertos

Se ha evaluado por una parte la calidad del profesorado que ha impartido cursos presenciales en los aspectos de "nivel de competencia profesional en la materia enseñada", "habilidades didácticas" y capacidad de comunicación y manejo de grupos.

Por otra, en el caso de la formación "on-line", se ha valorado la calidad de acción de los tutores en lo referente al seguimiento del aprendizaje de los alumnos y a la motivación permanente para evitar los abandonos.

Las puntuaciones otorgadas son:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,5 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,88 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 puntos sobre cuatro. (7 clientes).
- La correlación de esta variable con la sensación de satisfacción de los clientes es: 0,59.



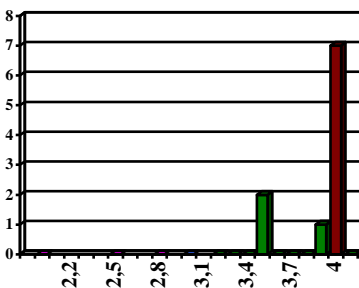
Recursos empleados en el desarrollo de la formación:

Referente a los cursos presenciales, estiman que los medios didácticos que reciben normalmente son "completísimos", "útiles en el trabajo". Hacen de ellos frecuentemente su material de consulta posterior.

Referente a los cursos "on-line" se ha evaluado la calidad de la plataforma y los clientes han comentado que: Es muy buena, fácil de manejar sin dificultad hasta por los inexpertos que reciben un entrenamiento inicial. Los contenidos volcados en la plataforma son buenos y bien organizados.

Puntúan del modo siguiente:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,5 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,89 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 puntos sobre cuatro (7 clientes)
- La correlación entre estas puntuaciones y el índice de Satisfacción general es: 0,59.



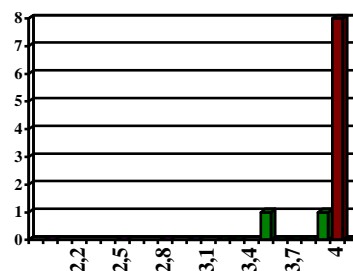
Relaciones del organismo evaluado con sus clientes:

Comentan los entrevistados que han recibido una atención de calidad, eficaz, rápida en todo momento. Están muy satisfechos por ello.

Este aspecto es **el segundo mejor valorado** por los entrevistados.

Otorgan las siguientes puntuaciones:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,5 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,94 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 puntos sobre cuatro (8 clientes)
- La correlación entre esta valoración y el nivel de satisfacción de los clientes es: 0,54.

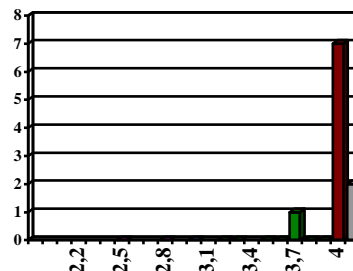


Organización y Gestión de la Formación:

La visión que los entrevistados tienen de la gestión realizada por este organismo es Excelente o Muy Buena. Comentan que, en numerosos casos, FORTEC se encarga absolutamente de todas las actividades: Realiza el estudio previo de necesidades y de perfiles profesionales, diseña los cursos, los imparte y gestiona las ayudas...

Hacen las siguientes valoraciones:

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,7 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,96 puntos sobre cuatro. Es la puntuación más alta que han otorgado por esa complejidad de acciones que contribuye a aliviar sus ocupaciones.
- La puntuación más repetida es 4 puntos sobre cuatro.
- La correlación entre estas altas puntuaciones y la sensación de satisfacción de los clientes en este punto es. 0,38.

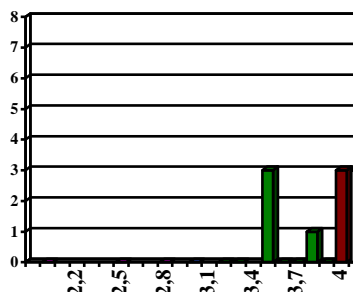


Instalaciones y equipamiento:

Siete clientes de FORTEC conocen sus instalaciones y las valoran en función de lo que éstas pueden aportar a las actividades de formación presencial y on-line.

Estiman que son buenas, adecuadas y en línea con lo que actualmente se ofrece en tecnologías avanzadas.

- La puntuación más alta obtenida es: 4 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3,5 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,78 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 4 y 3,5. (Tres clientes no puntúan).

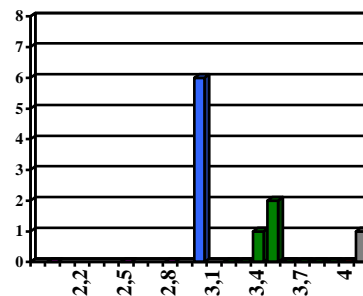


Este aspecto es el que ejerce un impacto más positivo en los clientes, de modo que, los que puntúan mas altas las instalaciones son los que valoran mejor el conjunto de los aspectos evaluados. (Impacto: 0,94

Relación Calidad/ Precio:

Nueve clientes valoran y puntúan esta relación comparando los precios de FORTEC con los precios de servicios equivalentes en el mercado. Uno no conoce los precios por gestionar el pago otra persona dentro de sus organizaciones y porque FORTEC tramita directamente ayudas externas y el cliente no paga costes adicionales.

- La puntuación más alta obtenida es: 3,5 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más baja es: 3 puntos sobre cuatro.
- La media de las puntuaciones es: 3,16 puntos sobre cuatro.
- La puntuación más repetida es: 3 sobre cuatro (Tres clientes no puntúan).



La correlación existente entre las puntuaciones que dan al precio y el resto de las variables es **negativa** lo que quiere decir que, a la hora de evaluar el conjunto de variables el precio no influye en sus opiniones de modo general y significativo. (-55).Un

6. Puntos Fuertes mencionados por los clientes entrevistados:

- Para los clientes tiene gran importancia el hecho de que FORTEC inicie frecuentemente sus actividades para el cliente elaborando un estudio por encargo de este y en el que, de cara al problema y los objetivos planteados, es capaz de deducir al final del proceso una serie de perfiles profesionales que incluyen sus niveles competenciales y por tanto objetivos formativos.
- Como consecuencia de esa serie de estudios citados, FORTEC elabora auténticos Planes de Formación de cuya ejecución se encarga.
- Por estos motivos anteriormente citados comentan los entrevistados que las acciones formativas se ajustan enteramente a los objetivos del cliente y responden plenamente a sus expectativas.
- Según pasan los años, su oferta de formación on-line es cada vez mejor.
- Dan sus servicios con rapidez y calidad.
- Ofrecen a sus clientes un trato excelente.
- Sienten que "el cliente les preocupa".

7. Sugerencias de mejora

Los entrevistados opinan que la calidad de este organismo mejoraría si:

- Ajustasen mejor los tiempos en algunos cursos ya que en algún caso hubo que terminar con demasiada prisa.
- Se comprometan a estar permanentemente en una línea de innovación.
- Dos clientes comentan que, cuando presentan los proyectos de calidad excelente, aunque ellos los valoran tan buenos, estiman que no actúan como comerciales sino como técnicos. En definitiva, que les sugieren aumenten su acción comercial cuando se presenten las ocasiones.
- En algún caso gestionasen mejor los tiempos de ejecución de los proyectos.
- Un entrevistado comenta que, a pesar de esta ejecución estricta de los proyectos, mantengan viva su creatividad.
- Hagan más difusión de la Marca FORTEC.
- Entregar los proyectos con más rapidez. (Un cliente).

8. Visita al Organismo

Fue realizada por D. Pedro Córdova y D. Luis Barbero, de parte de Management Information Spain S.L., y D. Anselmo Navarro, D^a Raquel García y D^a Pilar Lucea de parte de FORTEC el lunes día 28 de junio de 2010.

Después de una breve introducción de D. Luis Barbero sobre Management Information Spain y Qfor, D. Pedro Córdova presentó el Orden del día, los objetivos de la reunión y los módulos Qfor DataScan y Qfor ClientScan.

Se pasó revista a los datos de FORTEC incluidos en la Web, verificando por muestreo exhaustivo todos aquellos de mayor interés, especialmente los relativos al personal que trabaja en FORTEC. Se auditó las Bases de Datos de dicho personal, y se procedió a alguna pequeña corrección de datos en la Web, tras la clarificación de algunos criterios al respecto.

Se procedió a la visita de las instalaciones en que están ubicados, si bien la mayor parte de la formación de hace "online". A este propósito, también se procedió a la visita de algunas aplicaciones y programas en la plataforma.

Seguidamente, se presentaron los resultados obtenidos de los clientes, que son plenamente satisfactorios.

Igualmente se presentaron los puntos fuertes y los puntos susceptibles de mejora proporcionados por los clientes.

En espera del informe correspondiente y en base a los datos citados, se felicitó al organismo por los resultados obtenidos.

29 de junio de 2010.