



MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTÍA “EXIBED”

1.- INTRODUCCIÓN

La Marca de Garantía EXIBED se rige por normas elaboradas sobre criterios de calidad que pretenden la excelencia y la mejora continua de los servicios sobre los que se concede su uso.

2.- OBJETO

El presente Manual tiene por objeto el establecimiento de los criterios o principios por los que se concede la Marca de Garantía EXIBED.

3.- REQUISITOS

Para la concesión de la Marca de Garantía, la Organización solicitante debe reunir, aceptar y cumplir las normas recogidas tanto en el Reglamento de Uso de la Marca de Garantía EXIBED, como en los diferentes documentos de carácter normativo que lo desarrollan.

4.- CRITERIOS CONCESIÓN

La Marca de Garantía, se concede considerando que la Organización, así como el servicio sobre el que se solicite, cumple con los principios o criterios que se señalan en el Modelo de referencia para la obtención de la Marca EXIBED.

El Modelo EXIBED contiene 9 criterios que suman los 1000 puntos, máximo para empresa referente en Excelencia del mismo.

CRITERIOS DE GESTIÓN EDUCATIVA (500 puntos máximo)

Deberá probarse su evidencia con elementos objetivos de la gestión del centro educativo. Describen “**Cómo**” se gestiona la organización.

Los 5 Criterios de Gestión y sus correspondientes subcriterios, se evaluarán según 3 elementos, comunes a todos ellos, en una escala de 0 a 100, siendo la puntuación final la media de las 3 puntuaciones. Los tres elementos son los siguientes:

- a. **Planteamiento.** Se debe puntuar lo que la organización lleva a cabo o planifica y las razones para ello, verificando lo apropiado de los métodos, técnicas y herramientas utilizadas, la existencia de procesos bien definidos y desarrollados, la integración en la política y estrategia y la apropiada relación con otros planteamientos.
- b. **Desarrollo.** Se puntúa cómo una organización despliega y aplica el planteamiento a través de su estructura, teniendo en cuenta su implantación vertical y horizontal en las áreas, procesos, productos y servicios relevantes, de una forma sistemática.
- c. **Revisión y mejora.** Se puntúa cómo la organización realiza revisiones y mejoras de sus planteamientos y sus desarrollos, verificando la existencia de sistemas de medición y utilizando éstos para el aprendizaje.

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

CRITERIOS DE RESULTADOS (500 puntos máximo)

Deben proporcionar datos numéricos o mediciones concretas.

Describen “**Qué**” ha conseguido la organización educativa a través de la gestión.

Los 4 Criterios de Resultados y sus correspondientes subcriterios, se evaluarán según 4 elementos, comunes a todos ellos, en una escala de 0 a 100, siendo la puntuación final la media de las 4 puntuaciones. Los cuatro elementos son los siguientes:

- a. **Tendencias.** Se puntúa la existencia de buenos resultados con tendencias positivas y/o sostenidas.
- b. **Cumplimiento de objetivos.** Se puntúa la existencia de objetivos bien definidos y que éstos son alcanzados y superados de forma habitual.
- c. **Benchmarking.** Se puntúa la existencia de comparaciones con organizaciones externas, de la competencia o de fuera de ella, incluyendo las consideradas como las mejores.
- d. **Capacidad de medición.** Se puntúa la extensión en la que los resultados cubren todas las áreas relevantes de la organización, incluyendo todas las posibles segmentaciones de dichos resultados.

PUNTUACION TOTAL EXIBED. (1000 puntos)

Cada uno de estos módulos se compone, a su vez, de diferentes conceptos que son los criterios por los que se concede la Marca de Garantía:

Los cinco primeros criterios son de Gestión (500 puntos) donde debe probarse con elementos objetivos la gestión y describirse cómo se gestiona la organización.

Primero. Planificación y estrategia 100 puntos

Todo el personal de la institución debe saber que hacer y por qué lo hacen (Planificación y estrategia).

Análisis por parte de la organización de las necesidades de los clientes sobre sus productos / servicios y diseño y publicidad de éstos en consonancia

Segundo. Personal y colaboradores. 100 puntos

Alguien debe hacer las cosas y animar a otros para colaborar. (Personas)

Oficina. Administración

Limpieza. Personal no docente

Profesorado.

Otros: familiares, estudiantes

Tercero. Institucionales, educativos y pedagógicos. 100 puntos

Todo el personal deberá saber cómo hacerlo (Proceso)

Metodología utilizada

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

Protección de datos

Prevención de riesgos laborales

Seguridad medioambiental: determinación de responsabilidades, impactos, medición y gestión de los aspectos medioambientales en la organización.

Responsabilidad social: establecimiento de programas de acción social, beneficios sociales y prevención de riesgos laborales en la organización.

Código de buena conducta

Cuarto. Recursos y alianzas. 100 puntos

Todo el personal debe contar con los medios necesarios y aliados para hacer las cosas. (Recursos y Alianzas)

Equipamiento

Instalaciones

Tecnología educativa

Personal no docente

Convenios educativos

Quinto. Entorno e instituciones. 100 puntos

Debe de conocerse y gestionarse el impacto en el entorno (Entorno e Instituciones)

Autoridad educativa

Órgano de gobierno

Sociedad

Otras instituciones

Impacto en el entorno

Los cuatro últimos criterios son de resultados. Para ello, deben proporcionarse datos numéricos o medibles y que describa lo que ha conseguido la organización a través de la gestión aplicada.

Sexto. Resultados Comunidad educativa. 150 puntos

Medir resultados del punto dos personal y colaboradores y del punto tres procesos institucionales educativos y pedagógicos. 150 puntos

Séptimo. Resultados de recursos y alianzas 100 puntos

Medir los resultados del punto cuarto de recursos y alianzas

Octavo. Resultados en el entorno e instituciones. 100 puntos

Medir los resultados del punto cinco en el entorno instituciones

Noveno. Resultados financieros. 150 puntos

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

La propia institución o centro medir los resultados financieros de la propia institución y una comparativa con la competencia.

Dimensión económica: aumento de beneficios y rentabilidad de la organización, así como establecimiento de códigos de conducta

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

Excelencia educativa EXIBED

CONCEPTOS	AECTA	AFIRMACIONES
1. PLANIFICACION Y ESTRATEGIA	LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> Definición de la misión, visión y valores de la Organización Coherencia en la actuación de Directivos con los Valores y relación con los grupos de interés Utilización de canales de comunicación bidireccionales Facilitación de recursos para la consecución de objetivos, apoyo a iniciativas de mejora y reconocimiento de logros
	ORIENTACIÓN A RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> Política y Estrategia basada en las necesidades de los grupos de interés Estrategia Económico-Financiera alineada con la Organización Definición de objetivos y medición de resultados Resultados positivos y planes de mejora, en caso contrario Comparativas con otras organizaciones del sector
	ORIENTACIÓN AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Identificación y seguimiento de clientes, investigaciones de mercado Comprobación de especificaciones producto/servicio Sistema de gestión de reclamaciones Definición de objetivos y medición de niveles de satisfacción del cliente
2. PERSONAL Y COLABORADORES	PROFESORES	Buen Gobierno /Ética <ul style="list-style-type: none"> Reflejo en cuentas anuales de aspectos medioambientales Programa estructurado de Responsabilidad Corporativa Código de buena conducta en la Organización Publicación de memorias de Responsabilidad Corporativa Metodología de evaluación del desempeño
	PERSONAL NO DOCENTE	
	ESTUDIANTES	Dimensión social <ul style="list-style-type: none"> Plan de Recursos Humanos e implicación de todo el personal y representantes Identificación de todos los puestos y de las capacidades de todo el personal Planes de formación del personal alineados con la Política y estrategia Beneficios sociales, instalaciones y servicios de calidad para el personal Plan de Prevención de Riesgos laborales (Políticas de seguridad preventivo) Sistemas de recogidas de la satisfacción del personal
FAMILIAS	Reconocimientos sociales <ul style="list-style-type: none"> Facilitación de actividades de asociación sindicales o participativas Programa de acción social (actividades comunitarias con estudiantes y familias) Reconocimientos y certificaciones 	

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

CONCEPTOS	AFECTA	AFIRMACIONES
3. PROCESOS INSTITUCIONALES, EDUCATIVOS Y PEDAGÓGICOS	PROCESOS INSTITUCIONALES	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento e identificación de procesos clave y de apoyo Procesos de implementación de la Política y Estrategia Despliegue de objetivos y sistemas de medición de los procesos Gestión global de procesos (interfaces internas y externas) Aplicación de sistemas de gestión
	PROCESOS EDUCATIVOS PROCESOS PEDAGÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Procesos desarrollados del sistema educativo empleado Planes de formación desarrollados de toda la Organización Desarrollo de sistemático de la metodología utilizada y del desarrollo de las materias impartidas (cronograma diario, metodología, técnicas utilizadas, objetivos, etc.) Utilización de mediciones realizadas, de las actividades de aprendizaje y de las cuestiones sociales, medioambientales y legales en las operaciones Anticipación de los grupos de interés Análisis del impacto de las nuevas tecnologías y definición de procesos específicos de mejora Medición y recogida de información y encuestas de calidad de los alumnos
4. RECURSOS Y ALIANZAS	EQUIPAMIENTOS INSTALACIONES TECNOLOGIA EDUCATIVA ALIADOS PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de oportunidades para alianzas clave con otras organizaciones Búsqueda de sinergias con Partners y Proveedores Diseño de nuevos productos/servicios junto a los Partners Sistema de mantenimiento preventivo de las instalaciones (equipamientos e instalaciones)
5. ENTORNO E INSTITUCIONES	AUTORIDAD EDUCATIVA ORGANIGRAMA OTRAS INSTITUCIONES	Dimensión medioambiental <ul style="list-style-type: none"> Política medioambiental pública Establecimiento de responsabilidades medioambientales en los niveles de la Organización Proceso de identificación de riesgos y medición de aspectos medioambientales Identificación de la legislación del país en medioambiente Programa de gestión medioambiental Impartición de formación en aspectos medioambientales Implementación de sistemas de gestión medioambiental (ISO 14001, EMAS) Sistemas de ecodiseño, etiqueta ecológica o análisis de ciclo de vida
	SOCIEDAD	Responsabilidad social de la Organización <ul style="list-style-type: none"> Identificación de procesos relacionados con índices de percepción social Medición de la percepción que tiene la Sociedad de la Organización

MANUAL DE CRITERIOS DE CONCESIÓN DE LA MARCA DE GARANTIA “EXIBED”

CONCEPTOS	AFECTA	AFIRMACIONES
6. RESULTADOS EN LA COMUNIDAD EDUCATIVA	ALUMNADO (CLIENTES)	<ul style="list-style-type: none"> Medición de la percepción que tienen todos los empleados de la Organización Medición e informes con propuestas de mejora de la satisfacción de los alumnos (si fueran necesarios) Grado del conocimiento del personal de procesos e indicadores relacionados con la satisfacción del cliente
7. RESULTADOS FINANCIEROS	DIMENSIÓN ECONÓMICA	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de beneficios y rentabilidad en los últimos 3 años Planes de mejora Informes de cuentas de pérdidas y ganancias y balances contables Comparativas con la competencia
8. RESULTADOS EN LOS RECURSOS Y ALIANZAS	CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES /PREVENTA	<ul style="list-style-type: none"> Plan estratégico Comercial e imagen de la marca Política de Marketing responsable Análisis de las necesidades de información de clientes de productos y servicios Diseño de nuevos productos/servicios junto a los clientes Certificación específica de producto/servicio Recogida de información de clientes de productos/servicios
9. RESULTADOS EN EL ENTORNO E INSTITUCIONES	GARANTÍA DE CALIDAD Y SOPORTE	<ul style="list-style-type: none"> Medición de la percepción que tiene la Sociedad de la Organización Proceso de control de venta Utilización de las tecnologías de la información para mejorar la venta y los servicios Procesos de atención al cliente y posventa (asesoramiento a clientes sobre uso responsable de productos y servicios) Sistemas de seguridad de la información de clientes Búsqueda de diferenciación y fidelización de clientes por la Organización