



Centro de Investigación en Materiales Avanzados, S.C.



Sondeo de Satisfacción al Cliente

Segundo Trimestre 2011

Miguel de Cervantes 120
Complejo Industrial Chihuahua
Chihuahua, Chih., México, C.P. 31109
Teléfono: (614) 439-1100

Paseo Triunfo de la República 3340
Edificio Atlantis, tercer piso
Cd. Juárez, Chih., México C.P. 32330
Teléfono: (656) 616-0727

www.cimav.edu.mx





CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	2
II MÉTODO.....	3
III. RESULTADOS DEL SONDEO.....	4
IV. CONCLUSIONES.....	9
V. COMENTARIOS TEXTUALES DE LOS CLIENTES.....	10
VI. ANEXOS.....	11
• Reporte de Satisfacción del cliente	

I. INTRODUCCIÓN



Dando seguimiento al procedimiento de Satisfacción del Cliente código VN03-02 se realizó el Sondeo de Satisfacción al Cliente, cuyo propósito fundamental es mejorar la calidad en el servicio que brinda el CIMAV a sus clientes.

Es necesario mencionar que en función de mejorar los tiempos de respuesta y atención a los comentarios del cliente, a partir del 2007 el sondeo se realiza cada tres meses.

Este método permite obtener un informe con los resultados del sondeo trimestralmente, no obstante, cada mes se tabula la información, lo que nos da la oportunidad de conocer dentro de un tiempo razonable la opinión y comentarios de los clientes.

En el presente informe se comparan los resultados obtenidos en el segundo trimestre del 2011 con los resultados del primer trimestre del 2011.

II. MÉTODO



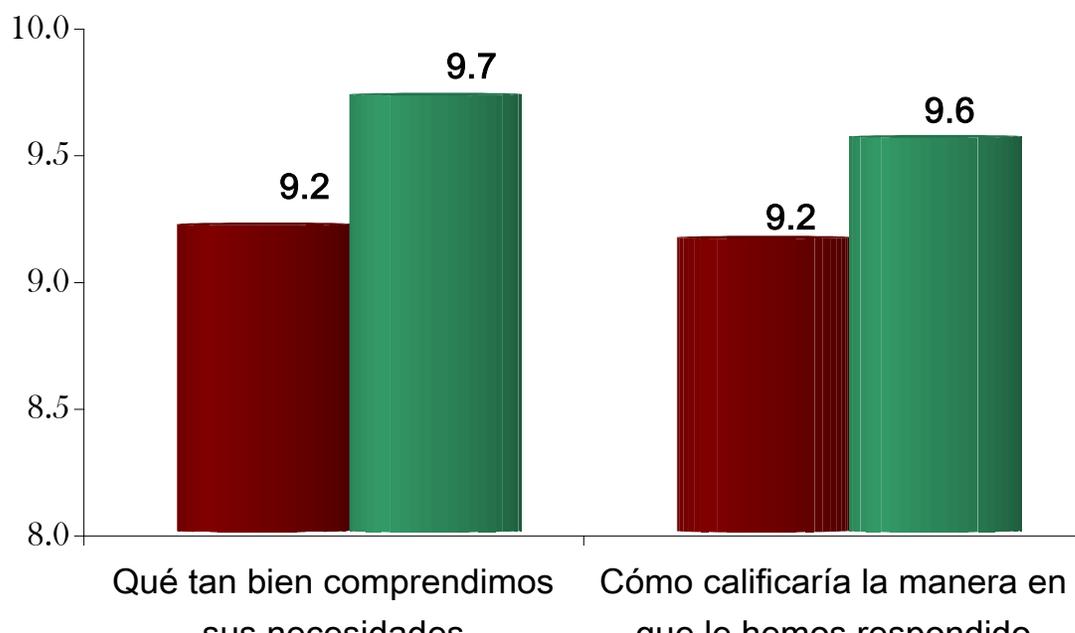
La encuesta consta de 16 preguntas, de las cuales solo una es abierta para los comentarios y las 15 restantes son calificadas en escala del 1 al 10, donde 1 significa totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.

Las encuestas son enviadas vía correo electrónico a los clientes atendidos para su llenado en línea, mensualmente se hace un corte para tabular la información y verificar que el número de encuestas respondidas sea una muestra estadísticamente confiable. En caso de que el número de encuestas respondidas sea menor a la muestra estadística requerida, se habla por teléfono de manera aleatoria a los clientes atendidos durante el mes para completar la muestra. El informe del sondeo se realizará trimestralmente, aunque se puede obtener información mensual.

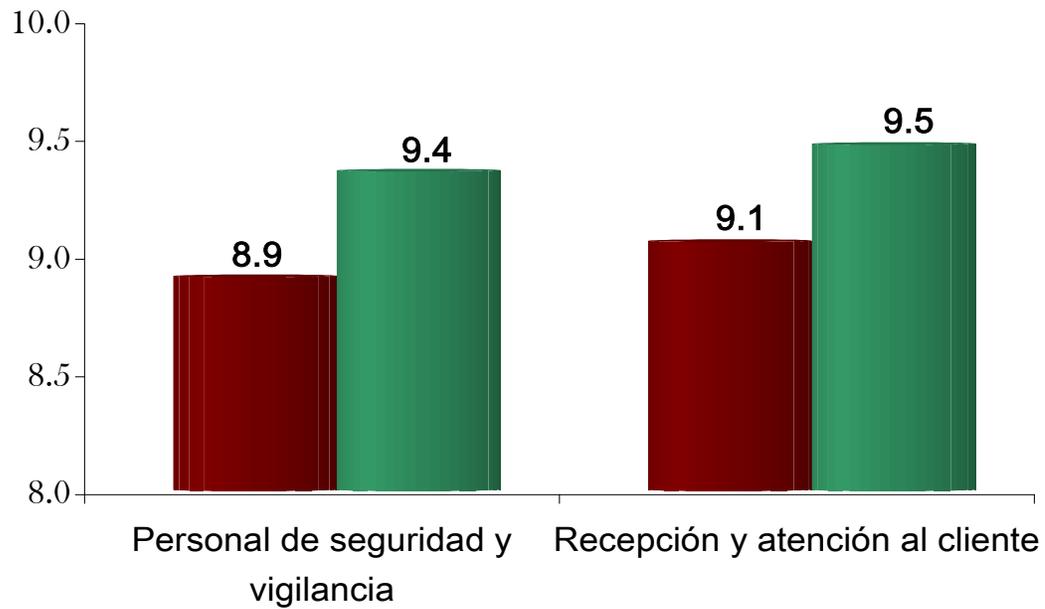
El tamaño de la muestra fue de 18, considerando como universo a los 160 clientes atendidos durante los meses de abril a junio del 2011.

III. RESULTADOS DEL SONDEO

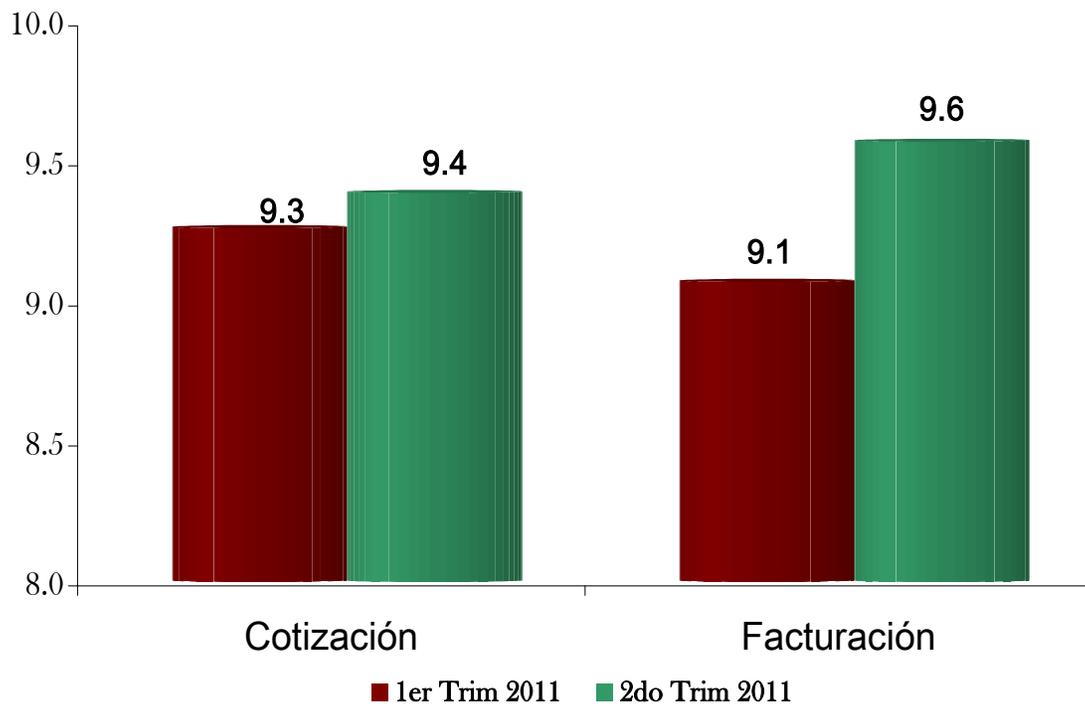
ACTITUD DEL PERSONAL

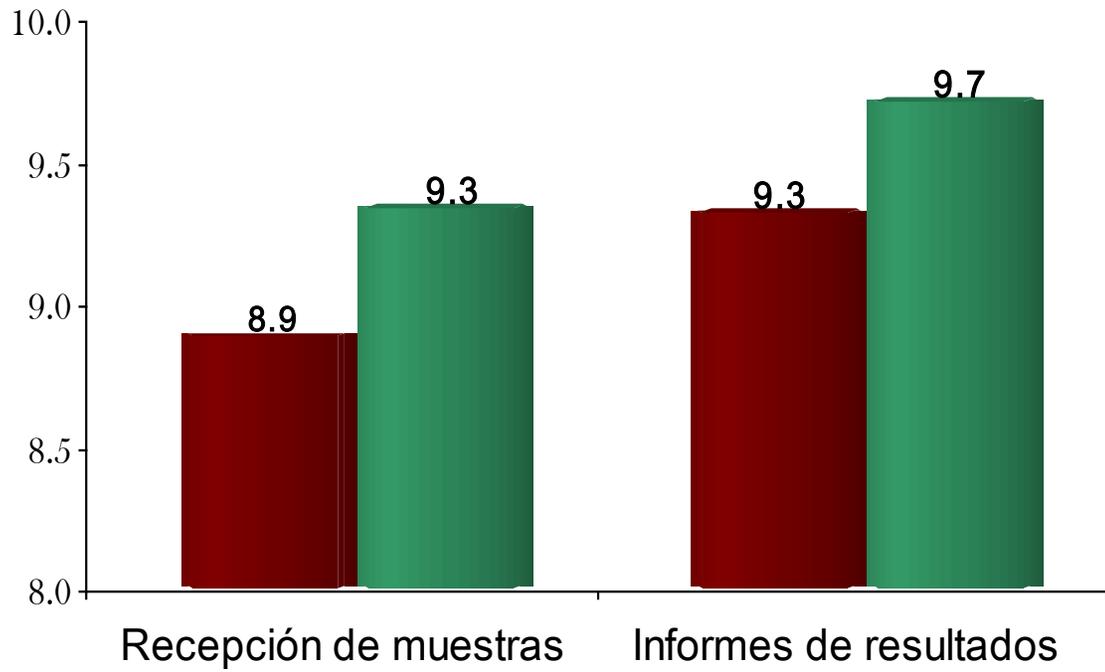


COMPETENCIA DEL PERSONAL

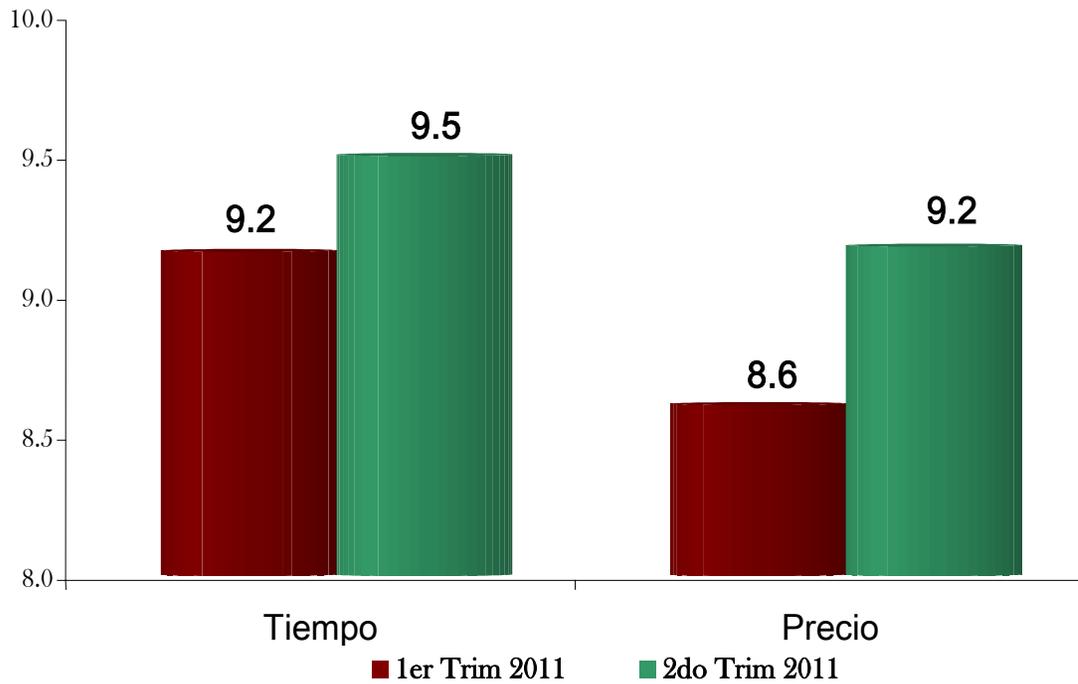


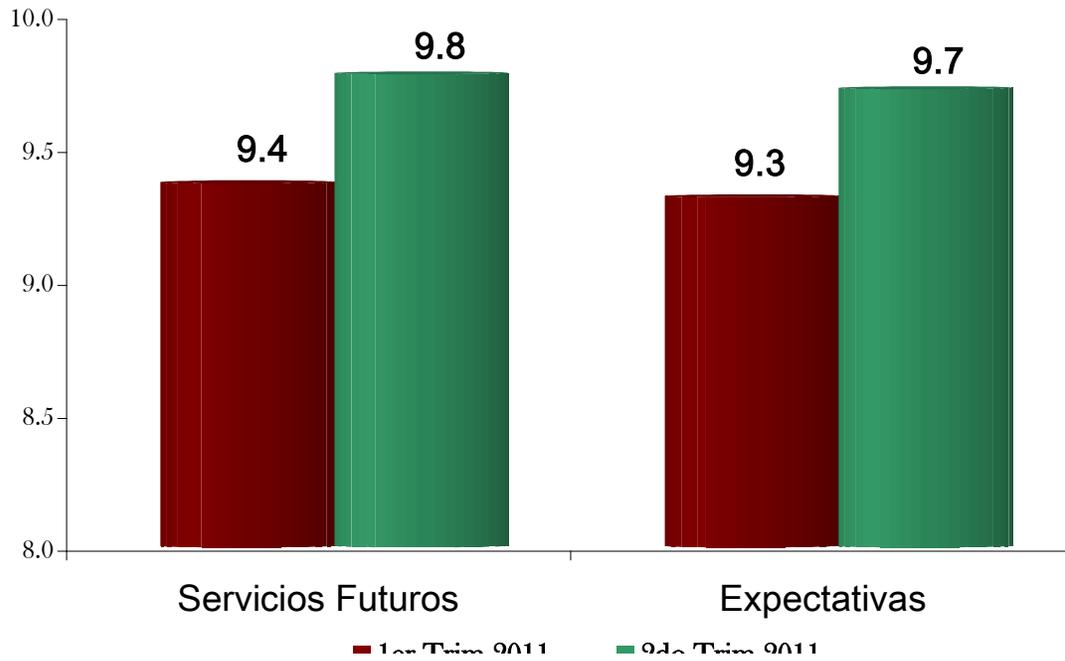
PERCEPCIÓN DEL SERVICIO



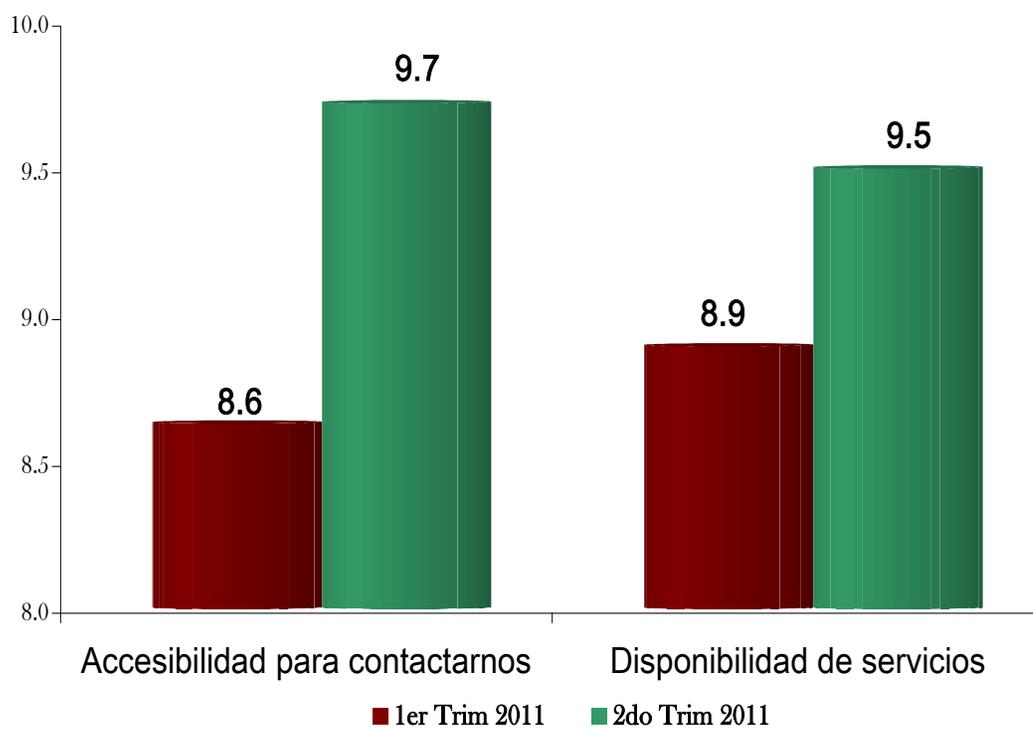


■ 1er Trim 2011 ■ 2do Trim 2011
PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

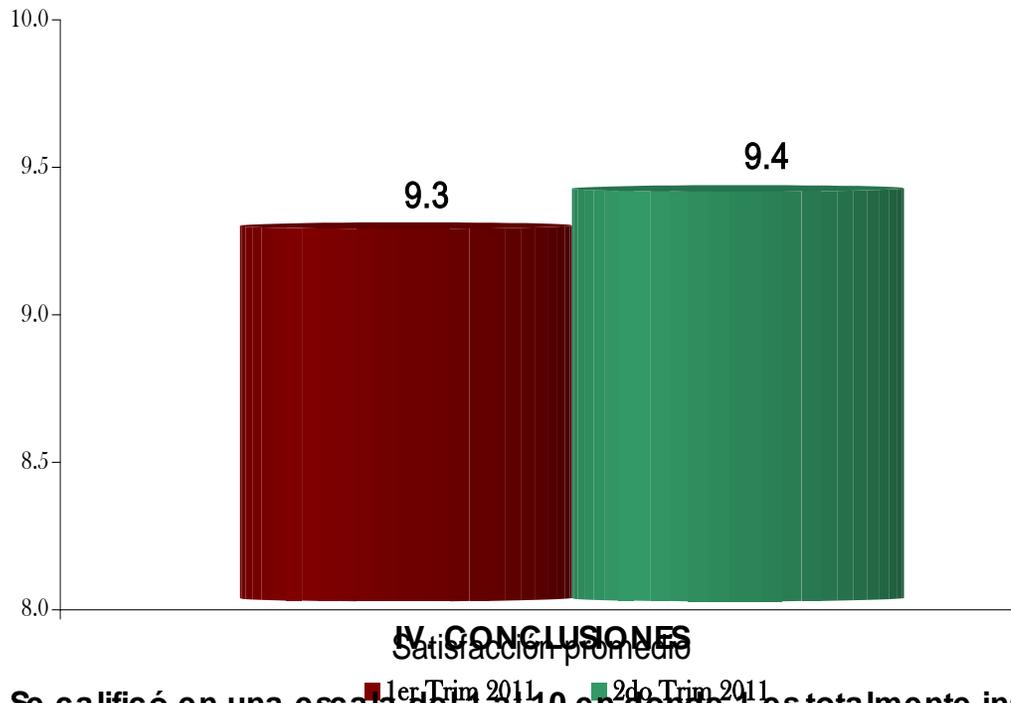




DISPONIBILIDAD



NIVEL DE SATISFACCIÓN



Nota: Se calificó en una escala del 1 al 10 en donde 1 es totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.

Se obtuvo una buena respuesta de los clientes, la calificación de SATISFACCIÓN fue un 9.4, y se obtuvo promediando las calificaciones otorgadas en cada uno de los aspectos que se evaluaron.

A través de las sencillas preguntas que evalúan los clientes, nos es posible identificar áreas de oportunidad y de mejora, así como también de conocer los puntos fuertes que tiene el CIMAV.

A continuación se presenta un gráfico para observar con mayor claridad las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas derivadas del sondeo.

Servicios Futuros	9.8	FORTALEZAS
Expectativas	9.7	
Qué tan bien comprendimos sus necesidades	9.7	
Accesibilidad para contactarnos	9.7	

Informes de resultados	9.7	OPORTUNIDADES
Facturación	9.6	
Cómo calificaría la manera en que le hemos respondido	9.6	
Tiempo	9.5	
Disponibilidad de servicios	9.5	
Recepción y atención al cliente	9.5	
Cotización	9.4	
Personal de seguridad y vigilancia	9.4	
Recepción de muestras	9.3	DEBILIDADES
Precio	9.2	AMENAZAS

Como se puede observar, el aspecto que obtuvo la calificación más baja fue la de precio, este aspecto siempre ha sido un factor débil por la naturaleza del servicio que brindamos a la industria.

V. COMENTARIOS TEXTUALES DEL CLIENTE

Deberían tener un sistema estandarizado para recibir muestras para las empresas que venimos de fuera de la ciudad.

Hay algunas facturas que no se han hecho y tienen retraso.

Me gustaría que tuvieran también certificación de estudios de agua.



VII. ANEXOS