

1. OBJETO

Establecer la metodología o herramienta más adecuada para la aplicación de la evaluación de la satisfacción del cliente como parte fundamental del SIG, con el fin de medir su conveniencia con respecto al cumplimiento de los requisitos establecidos por el cliente.

2. ALCANCE

Este proceso abarca todas las actividades asociadas a la obtención de la información sobre la satisfacción o insatisfacción de los clientes; con el fin de conocer la capacidad de la organización para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

3. DEFINICIONES

- 3.1. **Cliente:** persona u organización que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella.
- 3.2. **Satisfacción del cliente:** percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido las expectativas de los clientes.
- 3.3. **Mejora continua:** actividad recurrente para mejorar el desempeño.
- 3.4. **Expresión de insatisfacción:** cualquier manifestación de un cliente, bien en forma de sugerencia, queja, reclamación, etc.
- 3.5. **Sugerencia:** manifestación verbal o escrita del cliente a la organización, recogiendo su insatisfacción por la forma poco adecuada de algún aspecto relativo de algún proceso de la organización por un servicio prestado.
- 3.6. **Queja:** expresión de insatisfacción hecha a una organización, relativa a su producto o servicio, o al propio proceso de tratamiento de quejas, donde explícita o implícitamente se espera una respuesta o resolución.
- 3.7. **Reclamo:** manifestación, generalmente escrita, del cliente a la organización, recogiendo su insatisfacción y desacuerdo en aspectos esenciales de la prestación del

servicio, pudiendo solicitar indemnización o compensación por los perjuicios que hubiere ocasionado.

3.8. Felicitaciones: comentarios positivos de los clientes, respecto al servicio prestado.

3.9. PQRS: peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.

3.10. Encuesta: es un estudio en el cual el investigador obtiene datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

3.11. Muestra: conjunto de cosas, personas o datos elegidos al azar, que se consideran representativos del grupo al que pertenecen y que se toman para estudiar o determinar las características del grupo.

4. GENERALIDADES

4.1. POLÍTICAS DE CONTROL

- Las quejas y reclamos siempre deben responderse. Los reconocimientos y sugerencias si aplican.
- Para la atención de las quejas y reclamos, el tiempo de respuesta es de máximo 5 días hábiles.
- Cuando la complejidad de la queja o reclamo exija un mayor tiempo para la respuesta, se le debe informar al cliente y este no debe ser superior a 10 días hábiles.
- El desarrollo de los casos queda registrado en **V1-F04 Seguimiento PQRS y Post venta / V1-F12 Presentación queja**
- Mensualmente el director comercial debe presentar a la gerencia el informe del consolidado de PQRS.
- Medios para realizar PQRS: cualquier comunicación, sea petición, queja, reclamo o sugerencia, que se realice a alguna persona o proceso, ya sea por el cliente, colaborador, visitante, proveedor, personas o entidades externas de **MB**

METROLOGÍA, debe ser informada al director comercial para que realice el respectivo seguimiento.

- Toda petición, queja, reclamo y sugerencia se puede presentar a través de estos medios: (Personalmente, Por escrito (carta), Correo electrónico, sistema de **MB METROLOGÍA** en el portal clientes, para el cual podrá ingresar por www.mbmetrologia.com pestaña clientes con sus credenciales las cuales son enviadas con las cotizaciones de ejecutadas por **MB METROLOGÍA**).

5. DESARROLLO

No	Actividad	Responsable	Documento
01	<p>ATENCIÓN A LAS PQRS</p> <p>Recibir la PQRS, y registrar el seguimiento a la comunicación. En el cual es importante tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si es un reclamo del cliente, se deberá registrar como no conformidad; direccionar al proceso al que se interpuso la PQRS, el cual deberá dar respuesta a la solicitud enviada al responsable de la gestión de los clientes. El tiempo de respuesta dependerá de la novedad o el evento. • Se debe analizar de la PQRS lo hará el proceso al que se interpuso, el cual deberá establecer la acción a tomar. El jefe de Proceso es responsable de velar porque las acciones sean implementadas. • Enviar respuesta al cliente a través de los datos que se suministren por el medio de comunicación que se estableció desde el principio. Si la respuesta a una PQRS no es posible dentro del término fijado, se informa al interesado el motivo de la demora y se le da a conocer la posible fecha definitiva en la cual se le dará solución o respuesta. • Realizar cierre de la PQRS cuando ya la comunicación fue enviada al cliente y este recibe a conformidad la información. Siendo caso contrario se reanuda el ciclo para realizar una respuesta diferente a fin de generar aprobación en el cliente. • Cuando la PQRS no es aprobada por el cliente se revisarán los factores bajo los parámetros establecidos. 	<p>Líder de SIG o Gerente comercial</p>	<p>Seguimiento a las PQRS</p> <p>V1-F04 Seguimiento PQRS y Post venta</p>

No	Actividad	Responsable	Documento
	<p>Nota: cada PQRS tiene un grado de impacto que será categorizado de la siguiente manera:</p> <p>Bajo: No afecta la veracidad de los resultados, ni pone en riesgo el proceso de medición del cliente y NO se debe activar la acción correctiva.</p> <p>Medio: No afecta la veracidad de los resultados, afecta los procesos internos del cliente y se debe activar la acción correctiva.</p> <p>Alto: afecta la veracidad de los resultados, pone en riesgo el proceso de medición del cliente y se debe activar la acción correctiva.</p>		
02	<p>HERRAMIENTA DE MEDICIÓN (ENCUESTA):</p> <p>La herramienta tendrá la siguiente estructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: establecer claramente el propósito que se busca alcanzar con la aplicación de la encuesta. ● Fecha de aplicación: fecha en la cual se aplica la herramienta a la persona u organización de la que se requiere conocer la percepción respecto a los servicios de la empresa. ● Información general: debe contener nombre o razón social del cliente, número de identificación (C.C o NIT), correo electrónico y número de teléfono o celular. ● Información del producto o servicio: debe contener los datos del producto o servicio adquirido por el cliente. ● Criterio evaluado: preguntas orientadas a determinar la percepción que los clientes tienen respecto al producto o servicio prestado por la empresa, teniendo en cuenta aspectos como: atención, oportunidad, cumplimiento y calidad. ● Calificación: número de 1 a 5 que otorga el cliente a cada criterio evaluado <ul style="list-style-type: none"> ▪ EXCELENTE: 4.5 a 5 ▪ SOBRESALIENTE: 4 a 4,9 ▪ ACEPTABLE: 3 a 3,9 	<p>Líder de SIG</p> <p>o Gerente comercial</p>	<p>V1-F08</p> <p>Encuesta de satisfacción servicios y productos</p> <p>V1-F09</p> <p>Encuesta de satisfacción capacitaciones</p> <p>V1-F10</p> <p>Encuesta de satisfacción venta de equipos</p> <p>Encuesta por el</p>

No	Actividad	Responsable	Documento
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MALO: 2 a 2,9 ▪ DEFICIENTE: 1 a 1,9 <p>Comentarios u observaciones: espacio adicional para que el cliente diligencie debilidades o fortalezas detectadas y que serán de utilidad para el mejoramiento de la empresa.</p>		sistema de MB METROLOGÍA
03	<p>APLICACIÓN DE ENCUESTAS</p> <p>Las encuestas deben ser aplicadas a los clientes que contraten los servicios del laboratorio; estas podrán ser aplicadas en medio físico o digital con una muestra mínima del 50% de acuerdo con cada línea de servicio y/o producto, es importante tener en cuenta que para descargar los certificados de calibración el cliente siempre deberá diligenciar la encuesta de satisfacción.</p>	Líder de SIG o Gerente comercial	V1-F08 Encuesta de satisfacción servicios y productos V1-F09 Encuesta de satisfacción capacitaciones V1-F10 Encuesta de satisfacción venta de equipos
04	<p>TABULACIÓN DE ENCUESTAS:</p> <p>MB METROLOGÍA tiene la opción de realizar la tabulación de los resultados por línea de negocio y por magnitud, para esto se podrá revisar el video instructivo de Metrological Assistant el cual entrega toda la información de manera clara y ordenada.</p> <p>MB METROLOGÍA de manera mensual en el informe de ventas deberá analizar la respectiva tabulación de las encuestas y deberá revisar y tomar acciones según los resultados obtenidos, MB METROLOGIA deberá tomar las siguientes acciones:</p>	Líder de SIG o Gerente comercial	V1-F13 Satisfacción del cliente

No	Actividad	Responsable	Documento
	<p>Este informe deberá contener el consolidado de las preguntas aplicadas y las calificaciones otorgadas por la persona o entidad encuestada, los gráficos correspondientes y el análisis de los datos con la interpretación, observaciones y conclusiones que permitan la toma de decisiones.</p>		
<p>05</p>	<p>TOMA DE ACCIONES FRENTE A RESULTADOS ENCUESTAS :</p> <p>De acuerdo con los resultados de la encuesta, si se identifica que hay no conformidades en los factores evaluados, se deben tomar acciones bien sea, correctivas o de mejora para incrementar la percepción de satisfacción de los clientes respecto a la organización.</p> <p>Estas acciones correctivas u oportunidades de mejora deberán ser documentadas teniendo en cuenta el procedimiento SIG0-P02 Procedimiento de No conformidades, acciones correctivas y acciones de mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ EXCELENTE: No hacer nada ▪ SOBRESALIENTE: No hacer nada ▪ ACEPTABLE: Sacar un plan de acción por escrito con los ítems de menor puntuación, socializar las mejoras al personal y hacer seguimiento al cumplimiento de la misma cada 10 días. ▪ MALO o DEFICIENTE: citar a junta de gerencia y directores, revisar mínimo el 20 % de los servicios ejecutados contactando al cliente para conocer de primera mano las falencias identificadas, seguido a esto se deberá sacar un plan de acción por escrito atacando los ítems de menor puntuación, socializar las mejoras al personal y a los clientes y hacer seguimiento al cumplimiento de la misma cada 10 días. 	<p>Líder de SIG o Gerente comercial</p>	<p>V1-F13 Satisfacción del cliente</p>
<p>06</p>	<p>SOCIALIZAR RESULTADOS: Los resultados de la encuesta de satisfacción del cliente deben transmitirse a los colaboradores de la organización en las reuniones realizadas de la revisión por las direcciones, con el fin de informar las fortalezas y debilidades percibidas por los clientes y de este modo, generar un compromiso para el mejoramiento continuo; es así como el informe de análisis se publicará en el repositorio</p>	<p>Líder de SIG o Gerente comercial</p>	<p>Informe de Gestión /Correo con el cliente</p>

No	Actividad	Responsable	Documento
	de MB METROLOGÍA .		
07	<p>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (FIDELIZACIÓN): Para la satisfacción el cliente que se realiza anual se tendrá en cuenta la siguiente información:</p> <p>PQRS :10%</p> <p>Posventa:10%</p> <p>Felicitaciones: 10%</p> <p>Encuesta de satisfacción: 70%</p> <p>Se tabula la información y se comparte los resultados con los grupos de interés.</p>	<p>Líder de SIG o Gerente comercial</p>	<p>V1-F13</p> <p>Satisfacción del cliente</p>
08	<p>GARANTÍAS</p> <p>Se debe contactar al cliente de manera inmediata, escuchar de manera atenta todos los problemas e informarle que en un máximo de 24 horas tendrá una respuesta formal indicando cómo se procede para la garantía, el asesor en un máximo de 2 horas debe informar al jefe de calidad o gerente comercial para que se busque una solución y se cumpla con el tiempo estipulado por calidad para dar una solución al cliente, para equipos el cliente debe enviar estos a nuestra sede principal, una vez se identifique por parte de operaciones o por parte de nuestro importador que cumple con criterios de garantía se debe enviar una nueva o reparar en un tiempo menor a 4 días, en caso de no tener stock se debe programar la devolución en un tiempo menor a 4 días.</p> <p>MB METROLOGÍA cuenta con un sistema de gestión basado en la norma NTC-ISO/IEC 17025 en su versión más actualizada, garantizando la calidad del servicio y la competencia del personal, los resultados de la calibración o verificación del instrumento solo se refieren al momento y condiciones en las que se realiza el servicio, MB METROLOGÍA no se hace responsable por los malos manejos que puedan recibir los instrumentos después del servicio.</p> <p>La garantía en venta de equipos corresponde sólo a defectos de fábrica; se considera defecto de fábrica, aquellas irregularidades correspondientes</p>	<p>Líder de SIG o Gerente comercial</p>	<p>V1-F06</p> <p>Acuse de recibido PQRS</p> <p>V1-F07 Plan de acción NC</p> <p>V1-F04 Seguimiento PQRS y Post venta</p>

No	Actividad	Responsable	Documento
	<p>a la fabricación del producto.</p> <p>Para hacer efectiva una garantía el equipo vendido debe ser enviado a nuestras instalaciones en la ciudad de Medellín, nuestra organización no se desplaza a las instalaciones del cliente para verificar el estado de un instrumento de medición.</p> <p>5.En el caso de presentarse una insatisfacción por parte de nuestros clientes, partes interesadas, con respecto a los servicios de calibración prestados y otras actividades de la cual el laboratorio sea responsable, se debe realizar a través de correo electrónico info@mbmetologia.com, incluyendo en el asunto la palabra QUEJA O INSATISFACCIÓN POR PARTE DE seguido de (nombre de la empresa o parte interesada) y en el cuerpo del correo el motivo por el cual se presenta la queja o insatisfacción, también por la plataforma de clientes de metrologic asiste o de manera presencial en nuestras instalaciones.</p> <p>El cliente podrá presentar peticiones, quejas o reclamos sobre el servicio prestado dentro de los 10 días hábiles siguientes a la devolución de los equipos, después de este tiempo, MB METROLOGÍA. no recibirá reclamaciones ya que es un tiempo prudente para que el cliente por medio de sus operarios o técnicos puedan establecer claramente el estado metrológico de su equipo mediante la verificación correspondiente que debe realizar cada cliente</p> <p>La única garantía que MB METROLOGÍA le otorga a "EL CLIENTE" es sobre los resultados del servicio de calibración o medición y la integridad del equipo mientras se encuentre bajo su custodia, puesto que su traslado a su lugar de origen, movimientos bruscos o falta de cuidado del transportador, podrían Invalidar el Servicio efectuado.</p> <p>MB METROLOGÍA. no realizará modificaciones en las fechas de calibración, datos específicos del instrumento bajo calibración, datos obtenidos durante la calibración o cualquier tipo de alteración de las condiciones establecidas previamente en la cotización y procedimientos</p>		

No	Actividad	Responsable	Documento
	internos de nuestra compañía.		
09	SEGUIMIENTO POST VENTA En un tiempo menor a 4 días hábiles de prestado el servicio se debe contactar al cliente vía llamada, correo o WhatsApp para conocer su nivel de satisfacción y pendientes que pueda tener al respecto.	Líder de SIG Gerente comercial	V1-F04 Seguimiento PQRS y Post venta

6. TABLA DE CONTROL DE MODIFICACIONES

FECHA DE LA MODIFICACIÓN	NUMERAL	MODIFICACIÓN	
		ANTES DE	DESPUÉS DE
2022-11-28	Todos	No aplica	Creación del procedimiento

	ELABORADO	REVISADO	APROBADO
NOMBRE	Marisol Montoya	Alejandro Bedoya Duque	Mateo Mejía Salazar
CARGO	Líder del SIG	Gerente Operativo	Gerente Comercial
FECHA	2022-11-12	2022-11-20	2022-11-28