



6

	Página
Nuestros Clientes	87
Gestión de Clientes	88
Procesos y Resultados de la Satisfacción de los Clientes	88
Certificaciones ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001	90
Salud y Seguridad del Cliente	91
Privacidad del Cliente	92
Comunicaciones de Marketing	93
Certificaciones y Homologaciones de Clientes	94
Hitos 2010	97
Áreas de Mejora	97
Objetivos y Retos de Futuro	99

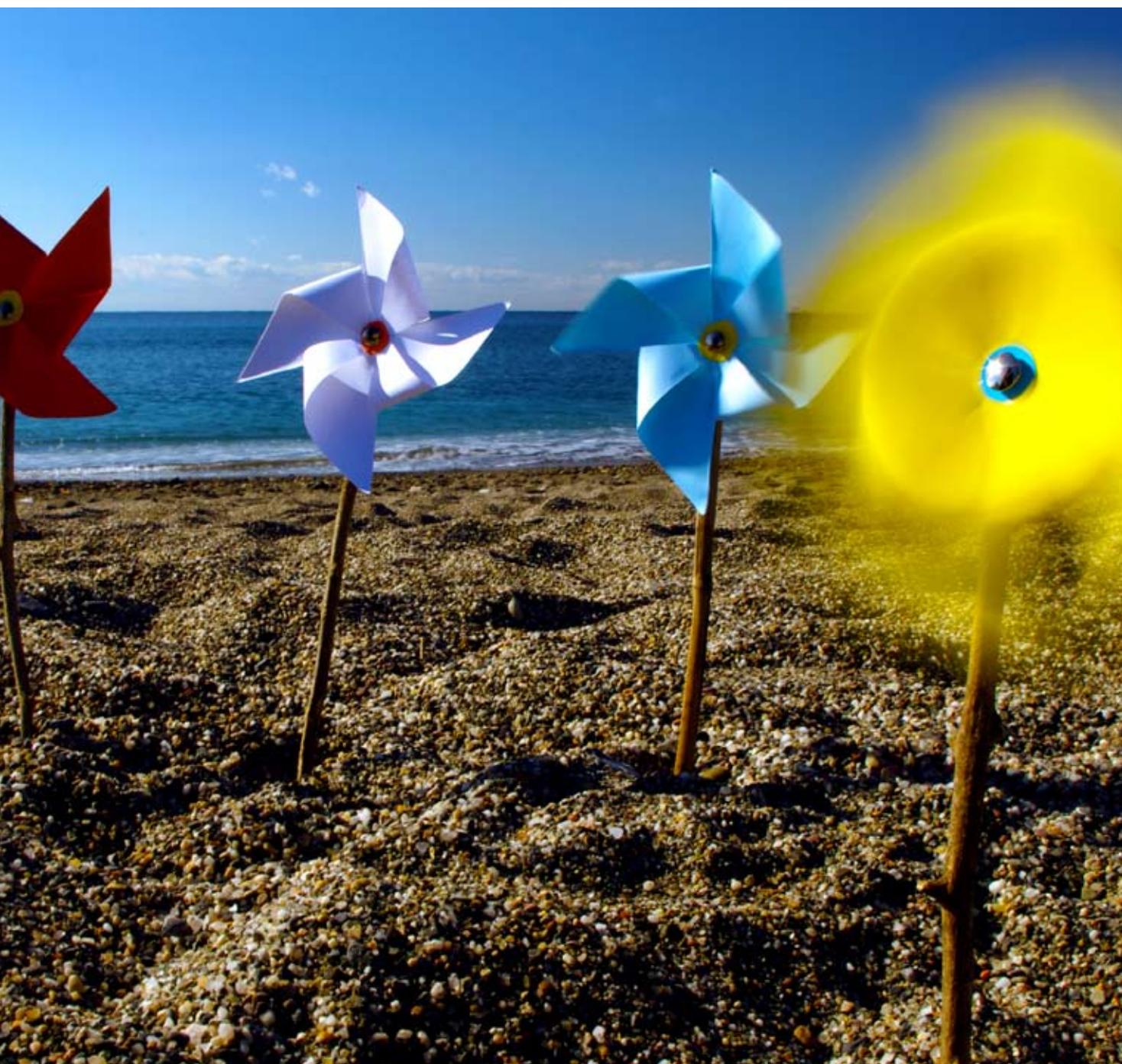
Construimos relaciones de futuro basadas en la confianza

Desde su creación, Abengoa adquirió el compromiso de que sus productos y servicios estuvieran siempre orientados a lograr **la plena satisfacción de sus clientes**, porque son los actores principales de cualquier relación comercial y porque esta satisfacción es fundamental para que exista una relación fluida y de confianza que asegure relaciones a largo plazo. Este compromiso fue recogido explícitamente dentro de los Sistemas Comunes de Gestión, de obligado cumplimiento para todas las sociedades de la organización.

Además, para generar un vínculo de confianza sostenible con los clientes es necesario apostar por una comunicación transparente que asegure la privacidad, la calidad, la seguridad y la salud como variables claves en la relación que mantiene la compañía con ellos.

Cada uno de los socios tiene del negocio una perspectiva distinta y complementaria a la del otro. Así, para los clientes es fundamental que el producto o el servicio que demandan se adapte a sus necesidades, que los niveles de calidad sean altos, además del cumplimiento de los plazos y los servicios postventa. Abengoa trabaja junto a sus clientes en el desarrollo de su negocio y, para ello, es necesario atender sus necesidades construyendo **relaciones de futuro basadas en la confianza**. La herramienta fundamental para conseguirlo es una comunicación fluida y transparente.

Foto realizada por Elena Ferre de Girh para la II Edición del Concurso de Fotografía sobre Desarrollo Sostenible



Nuestros Clientes

La gestión de clientes está basada en principios de **transparencia, calidad, privacidad y seguridad**, y en una evaluación permanentemente de su **satisfacción**.

Por **sectores** de negocio, el perfil de los principales clientes de Abengoa es el que sigue:

Energía

- Compañías eléctricas.
- Administraciones públicas.
- Grandes compañías industriales a las que se les suministra tecnología o instalaciones.
- Operadores de red.
- Compañías productoras y distribuidoras de combustibles para el transporte.
- Cooperativas ganaderas interesadas en el DGS, un alimento proteico para animales derivado de la producción de bioetanol.
- Compañías alimentarias que adquieren el azúcar obtenido en la producción de biocombustibles a partir de la caña de azúcar.
- La sociedad, como consumidora final de energía renovable.

Medioambiente

- Grandes compañías industriales a las que se les suministra tecnología o instalaciones.
- Administraciones públicas.
- Grandes empresas de la industria siderúrgica en Europa, fundiciones primarias de zinc y empresas del sector de la construcción.
- Grandes empresas de la industria del automóvil, de la construcción en Europa y de la industria primaria del aluminio.
- Compañías del sector farmacéutico, químico, petroquímico, eléctrico, de transportes, de la gestión del tráfico y medioambiental.
- Empresas a las que se les suministra diseño o construcción de infraestructuras hidráulicas.
- La sociedad, como beneficiaria final o cliente indirecto de los productos y servicios.

Foto realizada por Elisa María Díaz Salmerón de Abengoa Bioenergía para la II Edición del Concurso de Fotografía sobre Desarrollo Sostenible



Abengoa establece la obligación de implantar y certificar los sistemas de gestión de calidad; ambiental y de prevención de riesgos laborales conforme a las normas internacionales **ISO 9001** e **ISO 14001** y la especificación **BS OHSAS 18001**. La eficaz implantación de los sistemas de gestión es el resultado de la aplicación de las directrices establecidas por la dirección en política de calidad, medioambiente y prevención de riesgos laborales; de los objetivos que anualmente se proponen y de su constante seguimiento, de la mejora continua, de la formación y del apoyo incondicional prestado por todo el personal que integra Abengoa.

Gestión de Clientes

Para poder **conocer las expectativas** de los clientes y **anticiparse a sus necesidades** actuales y futuras, Abengoa mantiene una línea de actuación basada en el trato directo en todas las fases de gestión y ejecución de sus actividades.

Por una parte, Abengoa cuenta con una aplicación informática que gestiona las relaciones con los clientes denominada **«Acción Comercial»**, que tiene como objetivos:

- Coordinar todas las gestiones con los clientes a fin de poder dar un trato personalizado a cada uno de ellos.
- Promover la sinergias entre las sociedades de la organización para ofrecer servicios completos a los clientes.
- Evitar duplicidades en gestiones por descoordinación o desinformación entre sociedades de Abengoa que puedan dañar a ambas y al cliente.
- Anticiparse a las necesidades de los clientes.
- Canalizar las necesidades de los clientes hacia las empresas de la organización que puedan acometerlas con la mayor eficacia, beneficiando, por tanto, al cliente.

Por otra parte, las áreas comerciales, las direcciones generales de las sociedades y los departamentos implicados, mantienen contactos periódicos con los clientes con objeto de asegurar que los recursos de Abengoa estén alineados con las prioridades de estos y potenciar así la mejora de aquellas áreas que se puedan percibir como peor valoradas.

Estos contactos son planificados por las sociedades de Abengoa para sus clientes mediante el uso de unas fichas en las que se analizan distintos parámetros y se concretan las pautas de actuación y seguimiento de las mismas. En la aplicación «Acción Comercial» cada cliente tiene asignada una ficha mediante la cual se hace un seguimiento periódico que permite obtener una visión histórica de su trayectoria con Abengoa, lo que la convierte en una potente herramienta para **anticipar sus necesidades y expectativas futuras**. Como resultado de este seguimiento se evalúa el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos para cada cliente y se revisa la adecuación de estos para años siguientes.

Procesos y Resultados de la Satisfacción de los Clientes

Debemos ser capaces de medir la satisfacción de nuestros clientes y analizar sus necesidades y expectativas

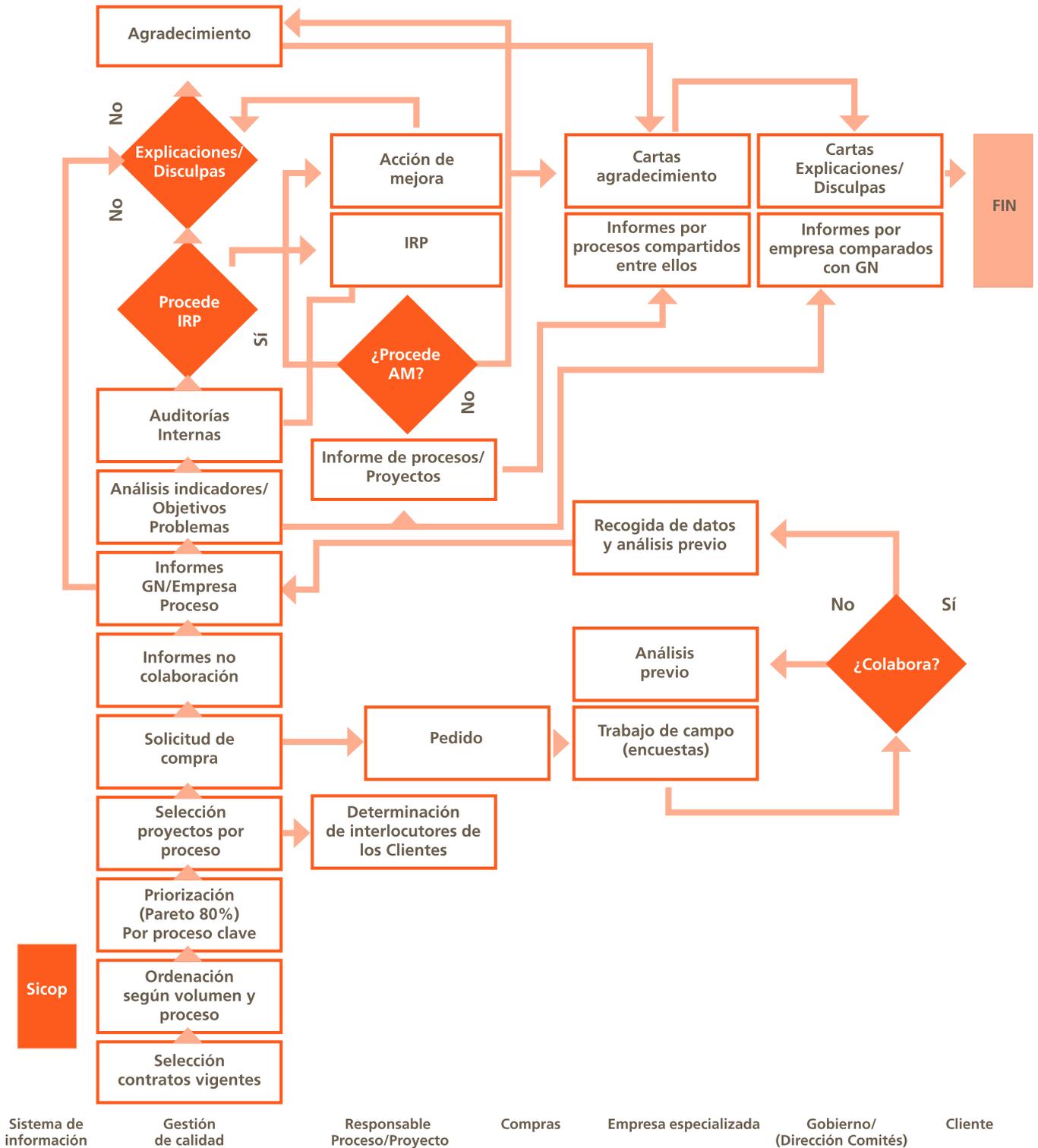
Los sistemas de gestión implantados, conforme a las normas internacionales ISO, y los requisitos internos descritos en los procedimientos que definen la forma de evaluar su madurez, establecen la necesidad de implantar sistemas que midan la satisfacción del cliente y sean capaces de analizar sus necesidades y expectativas.

Este análisis concluye estableciendo **objetivos y planes de actuación específicos**, para cubrir las expectativas y mejorar la satisfacción. Además, la dirección lo tiene en cuenta para establecer y definir la estrategia de cada sociedad. La implantación de esta práctica es revisada y evaluada en el programa anual de Visitas de Control y Seguimiento (VCS) a los sistemas de gestión en el que se valora la bondad del proceso de medición empleado.

Dada la diversidad de actividades de Abengoa, de sus productos y servicios, y de los clientes a los que va dirigido el estudio de satisfacción, este es planteado de forma individual por cada sociedad,

existiendo en algunos casos resultados por grupo de negocio. Como ejemplo, se muestra un diagrama de flujo del procedimiento más habitual.

Diagrama de Flujo del Procedimiento de Satisfacción del Cliente



Las herramientas más utilizadas para percibir la satisfacción de los clientes son:

- Los cuestionarios o entrevistas de satisfacción a clientes.
- Los cuestionarios de percepción interna de la satisfacción del cliente.
- El tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Las cartas de felicitación recibidas, la firma de acuerdos de calidad concertada y las evaluaciones como contratistas de clientes.

Certificaciones ISO14001, ISO 9001, OHSAS 18001

En el área corporativa y con dependencia directa de la presidencia de Abengoa, existe la secretaría general de Gestión de la Sostenibilidad, creada en enero del 2008, y una dirección corporativa para Organización, Calidad y Medioambiente.

La secretaría general de Gestión de la Sostenibilidad tiene como objetivo orientar las actividades de Abengoa hacia la sostenibilidad, asegurando la integración de servicios y productos en el modelo de desarrollo sostenible. La secretaría impulsa y dirige la implantación del inventario de emisiones de gases de efecto invernadero y el desarrollo de sistemas de indicadores para evaluar y mejorar la integración de las actividades de Abengoa en la sostenibilidad.

La dirección corporativa para Organización, Calidad y Medioambiente tiene la responsabilidad, en el ámbito medioambiental, de informar acerca de la evolución y situación de los Sistemas de Gestión en las diferentes sociedades del grupo. Esta supervisión está dirigida por el coordinador general para Calidad y Medioambiente, quien verifica el cumplimiento de los objetivos y el aprovechamiento de las sinergias generadas a través de visitas de control y seguimiento.

ISO 14001

Sociedades certificadas en medioambiente, en función del volumen de venta (%)	2010	2009
Certificados ISO 14001	86,05 %	84,96 %
Sin certificar	13,95 %	15,04 %

ISO 9001

Sociedades certificadas en calidad, en función del volumen de venta (%)	2010	2009
Certificados ISO 9001	94,04 %	92,87 %
Sin certificar	5,96 %	7,13 %

OHSAS 18001

Sociedades certificadas en prevención, en función del volumen de venta (%)	2010	2009
Certificados OHSAS 18001	84,22 %	83,08 %
Sin certificar	15,78 %	16,92 %

Durante el 2010, se ha incrementado el número de sociedades con certificación ISO y OHSAS: 1,17 % las certificadas en calidad, 1,09 % las certificadas en medioambiente, y 1,14 % las certificadas en prevención de riesgos laborales.

Salud y Seguridad del Cliente

Las sociedades de Abengoa respetan un sistema de gestión enfocado específicamente a los procesos para su **mejora continua**, de acuerdo con los requisitos establecidos por las normas internacionales, y que apoya y ejecuta la estrategia de la organización.

Este sistema de gestión, junto a los mecanismos de control y seguimiento diseñados, garantiza que se evalúen, en cada una de las fases, el ciclo de vida de los productos, el impacto sobre la seguridad y la salud de los clientes.

A través de los canales de información de los que dispone Abengoa, no se han registrado en el 2010 incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios, relativos a la repercusión de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida.



Etiquetado de Productos y Servicios

Atendiendo a la normativa internacional y a las especificaciones internas, es necesario identificar todos los requisitos legales y de cualquier otro tipo de aplicación en las sociedades, así como a sus productos y servicios.

En Abengoa, además, se comprueba periódicamente el cumplimiento de todos los requisitos establecidos y, en caso de incumplimiento, este se registra en las aplicaciones corporativas de sistemas de Información de **Resolución de Problemas (IRP)** y de **Acciones de Mejora (AM)** para su control y seguimiento.

Entre estos requisitos se incluyen todos los relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, si bien durante este ejercicio no se han registrado, mediante los canales de información de los que dispone Abengoa, incumplimientos al respecto.

En los equipos tecnológicos expedidos por Abengoa en la Unión Europea se requiere la Declaración de Conformidad CE y el Etiquetado CE. De acuerdo con la normativa comunitaria, el marcado CE de los equipos se realiza tras la generación del informe técnico, y el aseguramiento, mediante la batería de pruebas necesarias.

En cuanto al etiquetado relacionado con la producción de biocombustibles, cuyos requisitos para su transporte vienen determinados por la regulación nacional o internacional, o por su condición de alimento animal, se diferencian tres productos:

- **Bioetanol:** cualquiera que sea su medio de transporte, el bioetanol europeo va acompañado de la ficha de seguridad correspondiente, así como de una carta de porte. Puesto que el producto se expide a granel, no le corresponde etiquetado; no así al contenedor, cuya identificación se realiza conforme a lo establecido por el ADR, acuerdo europeo para el transporte de mercancías peligrosas por carretera, o por el RID, en el caso del ferrocarril.
- **DDGS:** la expedición a granel de este pienso para animales, resultado de la producción de bioetanol, la exige de etiquetado en Europa. Sin embargo, el producto se expide, por su condición de alimento animal, con una documentación que incluye, entre otros datos, los relativos al expedidor y responsable de comercialización, el número de registro de productor autorizado, el nombre técnico del producto, la declaración de OGM (en su caso), el contenido porcentual de proteína, grasa, fibra y humedad y la trazabilidad de lote.
- **Azúcar:** cualquiera que sea su medio de transporte, el azúcar producido en las plantas de bioetanol en Brasil se acompaña del análisis de laboratorio que demuestra el cumplimiento de las especificaciones contratadas: polarización, color, humedad y cenizas y de factura con volumen y valor transportado.

El porcentaje de ventas de estos productos respecto al total de Abengoa ha sido en el 2010 del 28 %.

En lo que respecta a las obras, es normalmente el cliente quien establece los requisitos, directrices, tipos de material que deben instalarse, etc. De tal manera que toda la información necesaria para un uso responsable de la obra ejecutada reside en la documentación que acompaña al producto o servicio suministrado: fichas de seguridad, instrucciones de instalación, manuales de uso, boletines de instalaciones eléctricas, legalizaciones, puesta en servicio, conectividades, recomendaciones, etc.

Privacidad del Cliente

Abengoa garantiza la validez, la integridad y la seguridad de cualquiera de las informaciones que maneja, atendiendo de forma especial a todo lo referente a los **datos personales de los clientes**.

Con objeto de garantizar las medidas de seguridad relativas a las comunicaciones y sistemas de información, existe una **declaración de política de seguridad** que ampara a todas las empresas y sociedades de Abengoa. Esta declaración informa de la implantación de un Sistema de Gestión de la Seguridad de la información como herramienta para alcanzar los objetivos de seguridad, entendida en términos de confidencialidad, integridad y disponibilidad.

El Sistema de Gestión de la Seguridad recoge de forma explícita todo lo relativo a la política, a las normas y a las obligaciones de los usuarios de los sistemas de información, con independencia de que sean, o no, empleados de Abengoa.

Desarrolla la política de uso de los sistemas de información, la gestión de incidencias relacionadas con la seguridad, la política de contraseñas, la seguridad en el puesto de trabajo, la protección antivirus, las redes inalámbricas, la administración de sistemas, la seguridad perimetral, la protección de datos de carácter personal y la clasificación de la información.

Los canales de información de los que dispone Abengoa no han registrado en el 2010 ninguna reclamación relacionada con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes en la sociedades de la organización. Tampoco se han registrado multas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de los productos y servicios ofrecidos por cada una de sus sociedades.



Comunicaciones de Marketing

Abengoa no está adherida a ningún estándar o código voluntario relacionados con el marketing, la publicidad u otras actividades promocionales o de patrocinio, pero cuenta con un exigente y estricto **procedimiento interno de control de las comunicaciones externas** recogido en las normas internas de la compañía.

Este sistema de control implica la existencia de una cadena de autorizaciones internas que llegan, en última instancia, a la presidencia de la compañía. Todos los responsables de las áreas implicadas en el contenido de la comunicación deben autorizar y completar la información, de modo que esté unificada y sea veraz y completa, lo que garantiza que las comunicaciones generadas no vulneren los principios y valores de la compañía ni vayan en contra de su Código de Conducta.

A través de los canales de información de los que dispone Abengoa no hay registrada en el 2010, respecto a este asunto, ninguna reclamación en las sociedades de la organización.



Certificaciones y Homologaciones de Clientes

Hay determinados clientes, con un importante volumen de facturación por lo general, que requieren certificaciones u homologaciones propias necesarias para trabajar con ellos.

Entre ellos, destacan los siguientes:

Ingeniería y Construcción Industrial

ADDC (Abu Dhabi Distribution Company), Adif, BP, Canal de Isabel II, Cepsa, CLH, DGAM, EDF (France Rail), EDP, Edison Gas Natural, Enagás, Endesa, EMT, E-on, Epal, Euskotren, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, Ferrocarril de Sóller, FGV, General Dynamics – Santa Barbara Sistemas, Generalitat de Catalunya, Grupo Agbar, HC Energía, Huawei, Iberdrola, Metro Bilbao, Metro de Madrid, Metro Málaga, Metro de Tenerife, Metro Valencia, Mintra Comunidad de Madrid, Navantia, Powerlink Queensland, Propietarios de Centrales Nucleares, REE, REN (Red Eléctrica Nacional,SA), REPS, Repsol, RTE (Réseau de Transport d'Electricité), TMB, Transco, Tussam, SEC (Saudi Electricity company), Unión FENOSA.

Servicios Medioambientales

BP, Cepsa, Disa, Galp, Glaxo, Lilly, Petronor, Repsol, Sanofi Aventis, Siclar, YPF SA.

Teyma: Satisfacción de Clientes

Uno de los principales objetivos de Abengoa es conocer y satisfacer las expectativas de sus actuales clientes para dar continuidad a una relación comercial de calidad. Para alcanzarlo se establecen mecanismos que periódicamente son ajustados para aumentar su eficacia.

Estos procedimientos conforman un sistema diversificado de información que permite contrastar documentación de diversas fuentes para verificar su consistencia.

Encuesta de Satisfacción del Cliente al fin de Obra o Servicio (indicador SACFO): una vez finalizada cada obra, se envía al cliente el formulario «Encuesta de Satisfacción de Clientes por Obra o Servicio Finalizado». En él se le solicita una evaluación detallada y estandarizada de Teyma, mediante un cuestionario que abarca distintos aspectos relacionados con la gestión.

Además, permite a los clientes priorizar los aspectos que consideren de mayor relevancia en la ejecución de la obra, y enumerando por orden de importancia según su criterio. Adicionalmente, se solicita una evaluación general sobre la ejecución de la obra y el aporte de sugerencias de mejora. Las encuestas se envían al departamento de Sistemas de Gestión, que se encarga de procesar los resultados y elevar informes periódicos al comité de Calidad y Gestión. El formulario recaba a un mismo tiempo información sobre las expectativas de los clientes y sobre el desempeño de la organización.

Encuesta general de satisfacción de clientes: una consultora entrevista personalmente a representantes de los clientes con diversos roles y niveles jerárquicos, cada dos años. En ella se evalúan los factores que los clientes valoran preferentemente, sus necesidades, expectativas y la imagen que tienen de las sociedades de Teyma. Esta encuesta permite obtener una visión más global y a largo plazo que la anterior, ya que las respuestas están menos influenciadas por éxitos o problemas circunstanciales. La consultora expone el análisis final ante el comité de Calidad y Gestión, que lo difunde luego a los distintos niveles en la empresa.

En el siguiente cuadro se manifiesta la evolución del nivel de satisfacción global de los clientes externos con Teyma Construcción, medida mediante las encuestas generales de satisfacción de clientes desde el año 1998 al 2008. Las encuestas las elaboraron las consultoras independientes Cifra, AG&A y Multimédios CEOP, respectivamente.

«¿Quedó satisfecho con el servicio que le brindó Teyma?»	2008	2005	2003	2000	1998
Muy satisfecho	16	27	38	15	7
Bastante satisfecho	62	63	46	56	58
Ni satisfecho/Ni insatisfecho	10	10	11	16	13
Bastante insatisfecho	6	0	5	7	11
Muy insatisfecho	0	0	0	0	2
Ns/Nc	6	0	0	6	9
Total	100	100	100	100	100
Parámetro Ponderado (escala)	3,94	4,17	4,17	3,84	3,63

En cada caso Teyma entregó a la consultora elegida una lista completa de clientes con los que trabajó en los tres años anteriores (entre 100 y 200 personas), de la que la consultora hizo un muestreo de unos 50 contactos a los que entrevistó personalmente. Los últimos datos corresponden a la encuesta que se llevó a cabo a mediados del 2008, pues la encuesta del 2010 aún está en proceso.

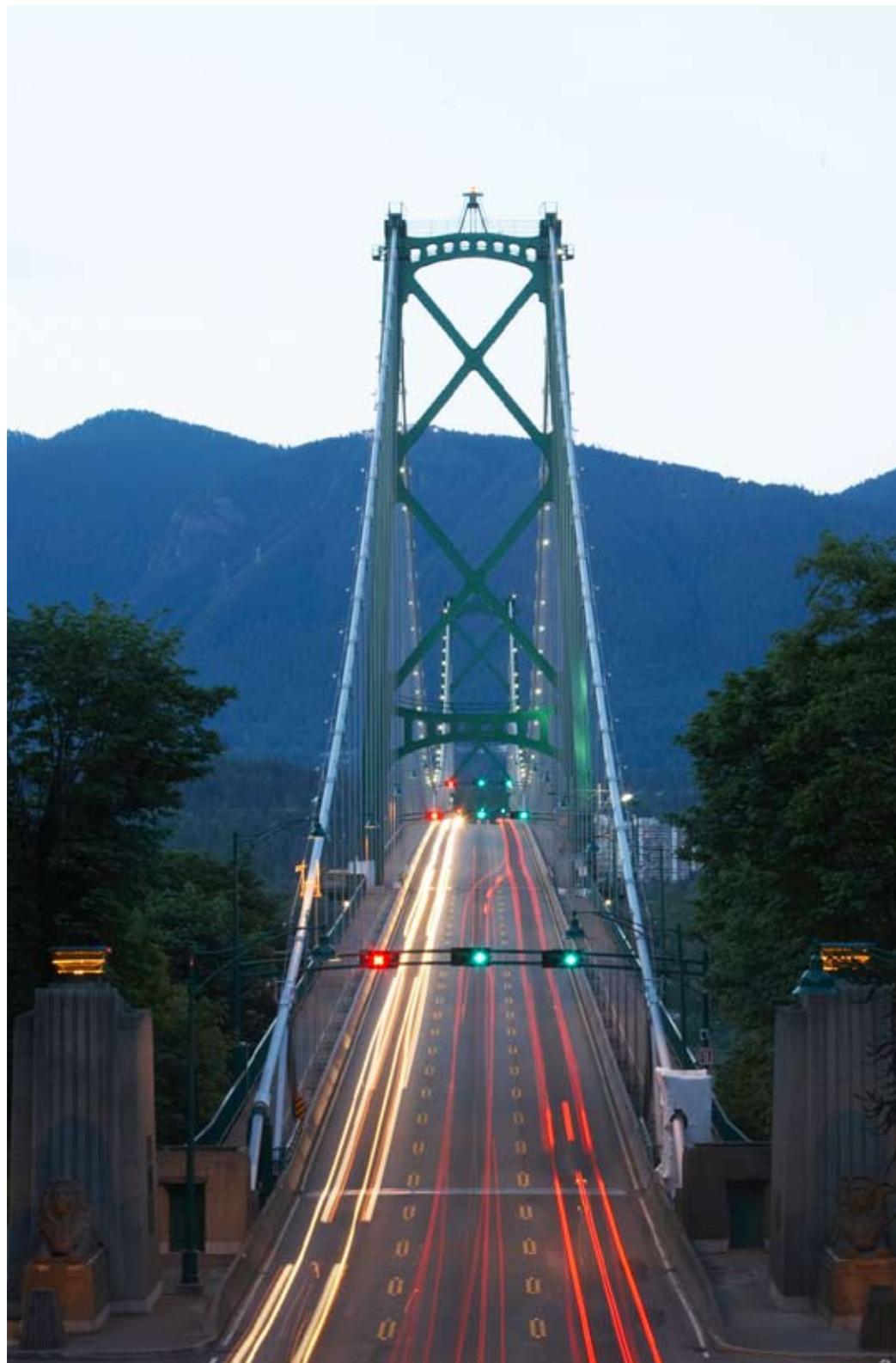
En las últimas tres encuestas, entre el 78 % y el 90 % de los clientes se declara satisfecho o muy satisfecho con el resultado del trabajo y solo entre el 0 % y el 6 % manifiesta algún grado de insatisfacción. En la última medición, se percibe cierto empeoramiento respecto a los dos años anteriores, lo que, una vez analizado, se debe a la migración de personal cualificado de Teyma Construcción a los grandes proyectos de Teyma España y Teyma Internacional.

Por su parte, el indicador SACFO elaborado sobre la base de los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes al fin de obra o servicio, también muestra una tendencia muy favorable a lo largo de los años.

Telvent: Medidas de Seguridad en los Reguladores de Tráfico

Telvent proporciona **sistemas de control y regulación de tráfico** que ofrece a las ciudades la posibilidad de mejorar la fluidez del tránsito, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al transporte y dar un paso más hacia una movilidad inteligente.

La gama de reguladores de tráfico de Telvent destaca por la seguridad y la fiabilidad en su funcionamiento. Son equipos con una función crítica porque regulan el tráfico urbano bajo un modelo de funcionamiento permanente desde su puesta en marcha. Por este motivo, es fundamental que no generen fallos en el control y que sean capaces de detectar anomalías para evitar conflictos en la circulación.



Con el objetivo de asegurar que los reguladores de tráfico de Telvent cumplen todos estos requisitos, durante la fase de diseño se aseguran y verifican todas estas necesidades en laboratorios acreditados, de acuerdo a las normas vigentes. En la fase de fabricación, se comprueba y, posteriormente, se confirma su calidad en las instalaciones a través de su funcionamiento diario. Al finalizar el proceso de fabricación, junto con las pruebas eléctricas y funcionales, se realizan en todos los equipos ensayos de diverso tipo.

Para garantizar la seguridad funcional, el regulador incorpora una unidad de supervisión, independiente a la de control, que monitoriza el estado de los circuitos que dirigen el rojo, ámbar y verde en los cruces regulados por semáforo. Para evitar situaciones potencialmente peligrosas (verdes incompatibles o ausencia de rojo), ante cualquier fallo, el equipo debe pasar a un estado de seguridad (ámbar intermitente) en un tiempo inferior a 500 msec, tal y como indica la norma UNE EN 12675.

Los reguladores han sido testados en laboratorios acreditados según la norma de equipos para la señalización vial - reguladores de tráfico (UNE 135401). Se asegura así su conformidad a la normativa de compatibilidad electromagnética (UNE EN 50293), seguridad eléctrica y medioambiental (UNE HD 638) y seguridad funcional (UNE EN 12675). Así como el correcto funcionamiento del equipo ante perturbaciones externas (efectos ambientales o generadas por otros equipos), manteniendo siempre la seguridad del usuario.

Hitos 2010

- Se han registrado **103 IRP** procedentes de quejas de clientes, lo que ha supuesto unos costes de «no calidad» (costes asociados a la insatisfacción) de 177.928 €.
- Los clientes de las sociedades de Abengoa han reconocido la labor de la compañía otorgándole **12 reconocimientos** a lo largo del año.
- Abengoa ha obtenido la certificación u homologación de más de **30 clientes** para poder trabajar con ellos.

Áreas de Mejora

Mediante las herramientas utilizadas para percibir la satisfacción de los clientes (encuestas, entrevistas, los cuestionarios de percepción interna, el tratamiento de quejas y reclamaciones y las cartas de felicitación recibidas, entre otras), se han detectado una serie de áreas sobre las que es necesario actuar con objeto de **mejorar los atributos menos valorados por los clientes**, a saber:

- **Procedimientos utilizados para conocer el grado de satisfacción de los clientes.** Algunos clientes han valorado negativamente su extensión, la dificultad de comprensión y la solicitud de información que no permite enriquecer el análisis.
- **Proceso de tratamiento de las reclamaciones de clientes.** Se observan casos en los que a las quejas o reclamaciones no se les da el carácter de importancia que pueden tener o en los que falla el canal utilizado para identificarlas o tratarlas.
- **Proceso de facturación a clientes.** Pueden existir deficiencias en la documentación correspondiente.
- **Conocimiento general e información de las empresas.** Se ha documentado algún caso de falta de conocimiento bidireccional de los clientes hacia Abengoa, y al contrario.
- **Área del control de la analítica de laboratorio.** Se ha detectado en alguna ocasión que la analítica no se ajusta perfectamente a cada cliente o aplicación particular.
- **Área de logística de transporte.** Se han señalado incidencias relacionadas con la optimización del tiempo y los recursos utilizados en el transporte.
- **Planificación de las obras y plazos de ejecución.** Los plazos pueden verse afectados negativamente por una mala planificación.

- **Nivel de acercamiento al negocio.** Se puede continuar mejorando en el análisis de lo que quieren los clientes y lo que quieren aquellos que no son clientes, pero podrían serlo.

Foto realizada por Elena Martínez González de Telvent para la II Edición del Concurso de Fotografía sobre Desarrollo Sostenible

Para todas las áreas y oportunidades de mejora referenciadas, hay que definir un **plan de acción** con metas, responsables y medios económicos y humanos, que aseguren el tratamiento correcto de las áreas de mejora detectadas.

Todas ellas deben tratarse a través de la herramienta corporativa de AM (Acciones de Mejora).



Objetivos y Retos de Futuro

Fruto de los resultados obtenidos mediante las herramientas que miden la satisfacción de los clientes, y derivado de los planes de acción diseñados para mejorarlos, se han previsto una serie de actuaciones, independientes para cada sociedad, consideradas necesarias para mejorar el grado de satisfacción de los clientes. Dichas acciones pueden tener un plazo de desarrollo a corto, a medio o a largo plazo.

De entre ellas, las más destacadas son:

- **Fidelización de clientes** a través de relaciones basadas en los principios de transparencia, calidad, privacidad, satisfacción, seguridad y salud y comunicación responsable, para consolidar los vínculos en base a contratos de larga duración.
- Incremento de la **cartera de clientes**. Búsqueda de nuevos clientes necesarios para conseguir orientar la actividad al plan estratégico de la organización.
- Generación de **nuevas alianzas** con los principales clientes mediante la consecución de objetivos y metas comunes orientadas a lograr beneficios mutuos.
- Continuar mejorando la relación con los clientes así como la **satisfacción**, a través del desarrollo de herramientas que midan de la forma más objetiva posible su nivel de satisfacción.
- Aumento de la **capacidad productiva** para cubrir la demanda de los clientes.
- Perfeccionar los **plazos de entrega**, mediante una buena planificación, llevando a cabo un estricto seguimiento de los proyectos, y desarrollando procesos innovadores y alianzas con los proveedores que mejoren su ejecución.
- Ampliar la gama de **productos y servicios** proporcionados para lograr una mayor cuota de mercado, utilizando para ello el conocimiento de las necesidades del negocio a través de estudios de mercado.
- Perfeccionar la **integración e implicación** con el cliente.