

Certificación de Cartas de Servicio

Comunicación transparente con vocación de servicio al cliente

*La sociedad del conocimiento y la información está cambiando la manera de hacer las cosas no sólo en la empresa privada sino también en la administración pública, quien tiene que hacer un verdadero esfuerzo de adaptación para subirse al tren del cambio que le suponen las nuevas tecnologías. El **servicio al cliente** debe ser el principio en el que se base la actuación de la organización y el objetivo permanente de su actividad. Nuestros clientes tienen derecho a conocer con detalle los servicios a los que pueden acceder así como a recibirlos con una calidad mínima exigible.*

Surgen así iniciativas de modernización que alteran de manera sustancial el modo de gestión tradicional. El cambio ha determinado también la aparición de diferentes tendencias, entre las que destaca el lanzamiento de planes de mejora de la calidad de servicio.

Una de las herramientas principales son las **Cartas de Servicios**, instrumentos empleados por las empresas para informar a sus clientes sobre sus servicios y sobre los compromisos de calidad que asumen en su prestación, en función de los recursos disponibles.

Estas herramientas de mejora de la calidad de los servicios tienen una triple vertiente:

- **Herramienta de gestión**
(Para mejorar y facilitar las relaciones con los clientes)
- **Herramienta de mejora**
(Para definir estándares de servicio y plantear objetivos ambiciosos)
- **Herramienta de comunicación**
(Para lograr el mayor impacto posible en el cliente)

Aunque la *Certificación de cartas de servicios* se creó en su día para la Administración Pública para "visualizar" de una manera más tangible la certificación de sus compromisos con el ciudadano, actualmente se abre a todo tipo de organizaciones que presten un servicio al cliente.

De este modo, aquellas organizaciones que quieren dar un paso más allá en la excelencia en la prestación de sus servicios recurren a la certificación de sus cartas de servicios, demostrando a sus clientes que han desarrollado sus cartas de servicio conforme a una metodología exigente, que han fijado unos estándares de calidad de servicio mínimos y que están tratando de asegurar su cumplimiento mediante la provisión de los recursos adecuados.

Objetivos

Así, gracias a la **Certificación de las Cartas de Servicio de AENOR** las organizaciones tienen la posibilidad de:

- ✓ Acercar la empresa a los clientes, dentro de una estrategia global de orientación al cliente.
- ✓ Informar a los clientes de los niveles de calidad prestados.
- ✓ Establecer un nivel adecuado de calidad de los servicios, de acuerdo con las expectativas de los clientes y de las posibilidades de la empresa.
- ✓ Comunicar a los clientes el esfuerzo de mejora de la empresa, influyendo en su percepción.
- ✓ Hacer partícipes a los clientes, mejorando los canales de comunicación y fomentando formas de participación.
- ✓ Fidelizar a los clientes, a través de los compromisos de calidad (por ejemplo: "Si no queda satisfecho le devolvemos su dinero" o "Le prestamos el servicio en 24 horas").



AENOR

Claves para una
gestión eficaz

Requisitos de la certificación de Cartas de Servicio de AENOR

Los servicios técnicos de AENOR realizan las siguientes modalidades de control:

a) Verificación formal del contenido de la Carta de Servicios

La Carta de Servicios debe contener información general, legal y complementaria respecto a los servicios prestados en el área / departamento, los compromisos de calidad asumidos, formas de colaboración y participación de los clientes, horarios, medios y lugares de atención al público, etc.

b) Verificación de la Metodología utilizada a la hora de establecer los compromisos incluidos en la Carta

AENOR propone una metodología de voluntario cumplimiento:

- 1- Constitución de un equipo de trabajo multidisciplinar
- 2- Definición de datos generales y legales del Servicio
- 3- Detección de las expectativas de los clientes
- 4- Descripción de procesos internos y diagnóstico de nivel de prestación y selección de indicadores de calidad.
- 5- Establecimiento de compromisos de calidad para cada servicio que recoja la Carta de Servicios
- 6- Redacción de la Carta de Servicios
- 7- Seguimiento y control periódico del cumplimiento de los compromisos de calidad

c) Verificación del cumplimiento de los compromisos de calidad y de los niveles de exigencia definidos

Para cada servicio los compromisos de calidad deberán especificar un nivel de prestación (estándar de calidad objetivo) y, cuando sea aplicable, tener un indicador asociado. Debe establecerse al menos un compromiso en cada uno de los ámbitos de actuación indicados en el Reglamento de AENOR.

d) Evaluación de la Gestión de la Calidad

Se evaluará la gestión y medida de la calidad del servicio así como el tratamiento de las reclamaciones de clientes. La gestión de la calidad en el servicio debe incluir:

- 1- Manual de la Calidad
- 2- Procedimientos documentados
- 3- Plan de Gestión de Planificación y Gestión de Procesos
- 4- Disposiciones eficaces para la comunicación interna y externa
- 5- Registros de Calidad

Medición de la calidad de servicio

En la medida de la calidad de la prestación del servicio para cada criterio, se podrán utilizar tres tipos de herramientas:

- Medición directa de la prestación
- Auditoría documental (posible conjunta con ISO 9001)
- Control de cliente misterioso
- Encuestas de calidad de servicio a los clientes y usuarios

Beneficios para la empresa:

- ∞ **Ventaja** competitiva en el mercado
- ∞ Valor añadido y **transparencia**
- ∞ Cultura de **calidad**
- ∞ Conocimiento y **fidelización del cliente** (a través de los compromisos de calidad)



Beneficios para el cliente:

- ∞ Demuestra su **compromiso con el cliente** mediante la medición, seguimiento y mejora de los aspectos que más le interesan.
- ∞ Orienta a las personas de la organización hacia la **satisfacción del cliente** como uno de los valores centrales de la actividad.
- ∞ **Escucha** la voz del cliente y la interioriza para aumentar la satisfacción de éste.
- ∞ **Reorienta** las actividades de la organización hacia las que aportan más valor al cliente.
- ∞ Utiliza, cuando es posible, la técnica del **cliente misterioso**, la cual aporta información no recogida hasta entonces por la organización.
- ∞ Es **compatible y auditable con otros sistemas de gestión**.

Concesión del certificado

AENOR concederá el Certificado de Cartas de Servicios cuando considere cumplidos los requisitos a verificar en el punto anterior, así como la licencia de uso de la **marca AENOR de Servicio Certificado**.



→ Solicite información adicional



902 102 201



info@aenor.es



www.aenor.es



Génova, 6

AENOR
Liderando
20 AÑOS
Calidad y
Confianza