



Organización Internacional de
Normalización



Foro Internacional de
Acreditación
13 ENERO 2016.

Orientación del Grupo de Prácticas de Auditoría ISO
9001 sobre:

Retroalimentación de los clientes

1. Introducción

El proceso de retroalimentación del cliente es una parte crítica del sistema de gestión de la calidad por lo tanto, debe recibir la atención adecuada durante una auditoría de terceros.

La retroalimentación del cliente es uno de los principales indicadores de rendimiento que se pueden usar para juzgar la efectividad general del SGC.

Es importante que el auditor verifique:

- a) Los canales de comunicación con los clientes de la organización promuevan un conocimiento adecuado del proceso mediante el cual los clientes puedan proporcionar comentarios.
- b) Las entradas al proceso de retroalimentación del cliente incluyen datos relevantes, representativos y confiables.
- c) Estos datos son analizados efectivamente.
- d) El resultado de este proceso proporciona información útil para la revisión de la gerencia y otros procesos de SGC, para mejorar la satisfacción del cliente e impulsar la mejora continua.

2) ¿Cuáles son los requisitos?

2.1) El objetivo general de la norma ISO 9001, es especificar los requisitos para un sistema de gestión de calidad en el que una organización:

- a) Debe demostrar su capacidad para proporcionar productos y servicios que cumplan con los requisitos legales y reglamentarios aplicables del cliente.
- b) Tiene como objetivo mejorar la satisfacción del cliente mediante la aplicación efectiva del sistema, incluidos los procesos de mejora del sistema y la garantía de conformidad con el cliente y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

2.2) La cláusula 8.2.1 Requiere que la organización "La comunicación con los clientes debe incluir (...) obtener comentarios de los clientes en relación con los productos y servicios, incluidas las quejas de los clientes".

2.3) La cláusula 9.1.2 de la norma ISO 9001 establece:

"La organización debe monitorear las percepciones de los clientes sobre el grado en que sus necesidades y expectativas se han cumplido. La organización debe determinar los métodos para obtener, monitorear y revisar esta información".

ISO 9000 define la supervisión como "determinar el estado de un sistema, un proceso, un producto, un servicio o una actividad".

Es importante que los auditores reconozcan que no existe un requisito específico en la norma ISO 9001 para que la organización realice encuestas formales de satisfacción del cliente u otras mediciones de la satisfacción del cliente, aunque, por supuesto, esto podría ser una herramienta útil para monitorear las percepciones de los clientes.

Es importante que la organización intente ver las cosas desde la perspectiva del cliente y monitoree las percepciones del cliente; La medición de la satisfacción del cliente puede ser apropiada en algunas situaciones, pero no es un requisito directo de la norma.

NOTA: Además de estas referencias específicas al proceso de retroalimentación del cliente, hay una serie de referencias indirectas a lo largo de toda la norma, que el auditor debe tener en cuenta. Los ejemplos incluyen retroalimentación como parte del proceso de diseño y desarrollo, validación de procesos y otros.

3) ¿Qué se debe abordar al auditar los procesos de retroalimentación de los clientes?

Los comentarios de los clientes deben ser auditados como un proceso, no como una "cláusula de la norma".

También se debe realizar una evaluación sobre la forma en que se gestiona el proceso, así como su capacidad para proporcionar información significativa con la que juzgar la eficacia general del SGC. La forma en que la organización obtiene esta retroalimentación ("el método") depende de la organización para definirla.

Por lo tanto, el auditor debe ser consciente de los muchos factores que pueden afectar el enfoque de la organización y debe reconocer que no existe una "receta" fija.

Deben tenerse en cuenta factores tales como:

- El tamaño y la complejidad de una organización.
- El grado de sofisticación de los productos, servicios y los clientes.
- Los riesgos asociados a los productos y servicios.
- La diversidad de la base de clientes.

3.1) Antes de la auditoría del proceso de retroalimentación del cliente (etapa de preparación)

El auditor debe estar al tanto de las características específicas de los productos y servicios de la organización que pueden afectar la satisfacción del cliente. A lo largo de la auditoría, el auditor debe estar alerta a las indicaciones que puedan sugerir la satisfacción o insatisfacción del cliente, lo que podría servir como entrada en la auditoría del proceso de retroalimentación del cliente.

Buenas fuentes de dicha información pueden incluir, por ejemplo:

- Bienes devueltos por el cliente.
- Reclamos de garantía.
- Facturas revisadas.
- Notas de crédito.
- Artículos en los medios de comunicación.
- Sitios web de consumidores.
- Observación directa o comunicación con el cliente (por ejemplo, en un servicio organización).

3.2) Durante la evaluación del proceso.

Estos son algunos de los problemas que un auditor debe abordar durante una auditoría del proceso de retroalimentación del cliente:

- a) ¿Cuál es el resultado deseado de este proceso? ¿Qué información está realmente disponible sobre las percepciones de los clientes? ¿Cómo es esta información utilizada por la administración para conducir mejoras en el producto, procesos y el SGC?

¿Todas las categorías de clientes están cubiertas por esta información?

Es importante recordar que la organización puede tener más de una categoría de clientes; consulte la definición de "cliente" en ISO 9000.

Por ejemplo, un fabricante puede vender a mayoristas, quienes luego venden a minoristas, quienes a su vez venden a público en general. En este caso, es posible que la organización deba abordar todos los tipos de partes interesadas relevantes, ya que pueden tener diferentes percepciones. La organización podría estar satisfaciendo a un grupo y trastornando a otro.

b) ¿Cómo se recolectan los datos para alimentar el proceso?

- Hay muchas formas en que una organización puede monitorear las percepciones de sus clientes, y el auditor debe evitar las ideas preconcebidas acerca de cómo se debe hacer esto.

Algunos ejemplos de técnicas que la organización puede usar incluyen:

- Evaluaciones cara a cara, que pueden ser apropiadas en muchas organizaciones de servicios como hoteles: "¿Cómo fue su estadía con nosotros?" o restaurantes "Espero que hayan disfrutado su cena".
- Llamadas telefónicas o visitas a la red periódica o posterior entrega de productos y servicios.
- Cuestionario sobre la base de la inversión realizada por la propia organización o por investigadores de mercado independientes.
- Otros contactos con los clientes, por ejemplo, el servicio o el personal de instalación.
- Consultas internas entre el personal de la organización que está en contacto con los clientes.
- Evaluación de negocios repetidos.
- Monitoreo de cuentas que se pueden recibir, reclamaciones de garantía, etc., o análisis de reclamos personalizados.

A menudo, las quejas son la única retroalimentación espontánea recibida de los clientes, y estas deben analizarse para detectar tendencias, inquietudes clave, impactos, etc. Sin embargo, se debe enfatizar que las quejas de los clientes no deben ser el único aporte para monitorear las percepciones de los clientes. Además, el auditor debe evitar llegar a conclusiones solo al observar quejas individuales específicas; éstas siempre deben ponerse en el contexto de su impacto general en el SGC.

c) ¿Qué tan confiable es la información?

- En un mundo ideal, la organización monitorearía las percepciones de todos los clientes, pero los costos de hacerlo podrían ser prohibitivos. Por lo tanto, es necesario verificar los criterios que la organización ha utilizado para cualquier muestreo de sus clientes, para garantizar que

esto sea representativo y refleje los riesgos tanto para la organización como para sus clientes.

- El auditor debe tratar de verificar la información proporcionada comparándola con otra evidencia obtenida durante el curso de la auditoría (ver 3.1).
- En algunos casos, puede ser apropiado que el auditor verifique la información directamente con los clientes de la organización, aunque se necesitará cierta diplomacia al hacer esto.

d) ¿Cómo se analizan los datos?

- La simple recopilación de datos sobre las percepciones de los clientes no es suficiente: el auditor debe seguir el proceso para verificar cómo se analizan y evalúan los datos y qué conclusiones se hacen con respecto a la efectividad del SGC.
 - ¿Hay alguna tendencia?
 - ¿La situación es estable, mejora, o deteriora?
 - ¿Es necesario cambiar las expectativas?
- Aunque no es un requisito de la norma ISO 9001, puede ser apropiado preguntar a la organización sobre las comparaciones de la industria o las actividades de evaluación comparativa, para poner en perspectiva los comentarios de los clientes.

e) ¿Cómo se retroalimenta la información generada por este proceso en el SGC en general?

- Las organizaciones deben utilizar los resultados del proceso de retroalimentación de los clientes para desencadenar no conformidades, acciones correctivas, oportunidades de mejora como una de las medidas generales del desempeño de SGC. La forma en que estos procesos interactúan también debe estar sujeta a auditoría.
- El auditor debe ser capaz de reconocer que la salida del proceso de retroalimentación del cliente forma una entrada importante en otros procesos de SGC, como el análisis de datos, la revisión de la administración y los procesos de mejora.
- Un auditor que se esfuerza por agregar valor intentará asegurarse de que la organización reconozca los beneficios que puede aportar un sólido proceso de retroalimentación de los clientes, y alentará (pero no puede exigir) a la organización a pensar más allá de simplemente "cumplir con los requisitos de la norma".

f) ¿Cuáles son los enlaces a otros procesos de SGC?

- El auditor debe reconocer que el proceso de retroalimentación del cliente tiene enlaces e interfaces importantes con varios otros procesos de SGC que incluyen, entre otros:

- Revisión Gerencial
- Validación de procesos
- Aduana
- Diseño y desarrollo de controles y cambios.

Para obtener más información sobre el Grupo de Prácticas de Auditoría ISO 9001, consulte el documento:

Introducción al Grupo de Prácticas de Auditoría ISO 9001.

Retroalimentación de parte del Grupo de Prácticas de Auditoría ISO 9001 para determinar si son adicionales.

Los documentos de orientación deben ser desarrollados, o si estos actuales deberían ser revisados.

Los comentarios sobre los trabajos o presentaciones se pueden enviar a la siguiente dirección de correo electrónico: charles.corrie@bsigroup.com.

Los otros documentos y presentaciones del Grupo de Prácticas de Auditoría ISO 9001 se pueden descargar de los sitios web:

www.iaf.nu www.iso.org/tc176/ISO9001AuditingPracticesGroup

Renuncia

Este documento no ha sido sujeto a un proceso de aprobación por parte de la Organización Internacional de Normalización (ISO), el Comité Técnico 176 de la ISO o el Foro Internacional de Acreditación (IAF).

La información contenida en ella está disponible para fines educativos y de comunicación. El Grupo de Prácticas de Auditoría ISO 9001 no se responsabiliza de los errores, omisiones u otras responsabilidades que puedan surgir de la provisión o el uso posterior de dicha información.

© ISO & IAF 2016 - Todos los derechos reservados.

www.iaf.nu; www.iso.org/tc176/ISO9001AuditingPracticesGroup