

Norma ISO 10004:

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

MONITOREO Y GESTIÓN DE UN FACTOR CLAVE PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

Este modelo no se limita al control: también implica la creación de planes de acción que se relacionan con otras normas tales como el manejo de reclamos (ISO 10002) y la resolución de conflictos (ISO 10003).

Entre las grandes reglas de oro que regaló al mundo de los negocios el destacado y afamado empresario estadounidense Sam Walton (1918-1992), fundador de Walmart, existe una que sobresale especialmente por poner en el centro de la gestión empresarial a un actor clave: "sólo hay un único jefe: el cliente". Un criterio fundamental y que guarda un estrecho vínculo con la norma ISO 10004.

El director de ingeniería civil industrial de la Universidad Andrés Bello sede Viña del Mar, Gabriel Olivares, puntualiza que esta norma internacional guía a las organizaciones en la medición y el monitoreo de la satisfacción del cliente, entendida como la percepción general que éste tiene sobre la empresa a lo largo de todas sus interacciones.

"Su objetivo es identificar áreas de mejora en la experiencia del cliente con respecto al uso de productos y servicios. A diferencia de la ISO 9001, que se centra en la gestión de calidad, la ISO 10004 se enfoca en la percepción del usuario y reconoce su importancia

fundamental en la actualidad. Muchas empresas han implementado esta relevante temática (Customer Experience Management o CEM) para abordar este aspecto clave", sostiene.

VISIÓN INTEGRAL

Según plantea el experto, monitorear esta experiencia es decisiva para detectar y resolver problemas antes de que afecten la satisfacción, con el afán de evitar pérdidas económicas o deterioro del posicionamiento en el mercado. Ante ese desafío comprender las opiniones de los clientes permite a las organizaciones mejorar sus servicios, fomentar la lealtad y minimizar las interacciones negativas que tienden a difundirse más que las positivas.

"En este contexto la ISO 10002 se encarga de gestionar reclamos y quejas, mientras que la ISO 10004 proporciona una visión más amplia al integrar todas las interacciones con el cliente. Además, la retroalimentación

constante es una fuente vital para la innovación y la competitividad: no sólo se trata de 'agradar al usuario', sino que también de establecer un canal de comunicación esencial en mercados altamente competitivos", precisa.

Una de las características más destacadas de la norma ISO 10004, a juicio del académico, es su orientación sobre cómo instaurar procesos efectivos para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente, mediante la integración de las normas 10001, 10002 y 10003.

"Este modelo se distingue por ofrecer directrices flexibles que pueden ajustarse al contexto particular de cada organización. Entre sus principales características resaltan el monitoreo de la satisfacción del cliente, la promoción de pautas adaptables y el fomento de la mejora continua, lo que permite identificar aspectos que requieren especial atención y centrarse en la percepción del usuario. Al aplicar estos principios las empresas pueden optimizar el área, fortalecer la lealtad y, en última instancia, obtener una gran ventaja competitiva", enfatiza.

POSICIONAMIENTO Y AGILIDAD

Desde esta perspectiva Olivares subraya que los beneficios que entrega la aplicación de la norma se evidencian al considerar sus características y objetivos: una experiencia positiva para los clientes puede incrementar el posicionamiento de una organización, especialmente en un contexto donde la información se viraliza rápidamente, lo

que puede llevar a pérdidas significativas de mercado con motivo de comentarios negativos.

"La ISO 10004 también contribuye a potenciar la agilidad organizacional al implementar un proceso continuo de monitoreo de la satisfacción del cliente, lo que permite a las empresas adaptarse rápidamente a contextos y expectativas cambiantes", recalca.

MEJORAS PARA LA TOMA DE DECISIONES

Dado su especial enfoque en la mejora continua es que esta norma se basa en la lógica de toma de decisiones fundamentadas en datos. Sus principales ejes incluyen:

- La recopilación de información sobre las interacciones con el cliente.

- El análisis y la medición de datos para identificar tendencias y patrones.

- La elaboración de planes de acción, ya que no es suficiente con obtener los resultados de los indicadores; cada estado o rango del indicador debe estar asociado a un plan de acción para alcanzar los objetivos esperados.

- La adaptación y la revisión constante de los procesos y del sistema de control.

GABRIEL OLIVARES VIANA

Director de Ingeniería Civil Industrial y de Ingeniería Industrial.

Universidad Andrés Bello
Sede Viña del Mar