

ISO 10001:2007

MATERIAL PARA SER USADO COMO REFERENCIA EN CAPACITACIÓN,
VERSIÓN NO OFICIAL

TRANSCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA NORMA INTERNACIONAL

ISO 10001

**Gestión de la calidad — Satisfacción del cliente –
Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones**

Índice

Página

Introducción.....	iii
0.1 Generalidades.....	iii
0.2 Relación con las Normas ISO 9001 e ISO 9004.....	iii
0.3 Relación con las Normas ISO 10002 e ISO 10003.....	iv
0.4 Declaraciones relativas a la conformidad.....	iv
1 Objeto y campo de aplicación.....	1
2 Referencias normativas.....	1
3 Términos y definiciones.....	2
4 Principios de orientación.....	3
4.1 Generalidades.....	3
4.2 Compromiso.....	3
4.3 Capacidad.....	4
4.4 Visibilidad.....	4
4.5 Accesibilidad.....	4
4.6 Receptividad.....	3
4.7 Exactitud.....	3
4.8 Responsabilidad y rendición de cuentas.....	3
4.9 Mejora continua.....	3
5 Marco de referencia del código.....	3
5.1 Establecimiento.....	3
5.2 Integración.....	5
6 Planificación, diseño y desarrollo.....	4
6.1 Determinar los objetivos del código.....	4
6.2 Recopilar y evaluar la información.....	4
6.3 Obtener y evaluar los elementos de entrada provenientes de las partes interesadas pertinentes.....	4
6.4 Preparar el código.....	4
6.5 Preparar los indicadores de desempeño.....	5
6.6 Preparar los procedimientos del código.....	5
6.7 Preparar el plan de comunicación interna y externa.....	5
6.8 Determinar los recursos necesarios.....	6
7 Implementación.....	7
8 Mantenimiento y mejora.....	6
8.1 Recopilación de la información.....	6
8.2 Evaluación del desempeño del código.....	6
8.3 Satisfacción con el código.....	7
8.4 Revisión del código y su marco de referencia.....	7
8.5 Mejora continua.....	7
Anexo A (informativo) Ejemplos simplificados de los componentes de los códigos para diferentes organizaciones.....	9
Anexo B (informativo) Interrelación entre las Norma ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003.....	10
Anexo C (informativo) Orientación para las pequeñas empresas.....	11
Anexo D (normativo) Orientación sobre accesibilidad.....	12
Anexo E (normativo) Orientación sobre los elementos de entrada de las partes interesadas.....	13
Anexo F (informativo) Marco de referencia del código.....	14
Anexo G (informativo) Orientación para adoptar un código proporcionado por otra organización.....	15
Anexo H (normativo) Orientación para la preparación del código.....	16
Anexo I (normativo) Orientación para la preparación de los planes de comunicación.....	17

Introducción

0.1 Generalidades

Mantener un nivel elevado de satisfacción del cliente es un reto significativo para muchas organizaciones. Una manera de conseguir este reto es desarrollar y utilizar un código de conducta para la satisfacción del cliente. Un código de conducta para la satisfacción del cliente consta de promesas y disposiciones relacionadas que tratan asuntos tales como la entrega del producto, la devolución de los productos, el tratamiento de la información personal de los clientes, la publicidad y las disposiciones relativas a los atributos particulares de un producto o su desempeño (véase el Anexo A para ejemplos). Un código de conducta para la satisfacción del cliente puede ser parte de un enfoque eficaz para la gestión de las quejas. Esto implica:

- a) la prevención de las quejas, utilizando un código de conducta apropiado para la satisfacción del cliente;
- b) el tratamiento interno de quejas, por ejemplo cuando se reciben manifestaciones de insatisfacción;
- c) la resolución de conflictos de forma externa, para aquellas situaciones en las que las quejas no pueden tratarse satisfactoriamente de forma interna.

Esta Norma Internacional proporciona orientación para ayudar a una organización a determinar que las disposiciones de su código para la satisfacción del cliente cumplen las necesidades y expectativas del cliente, y que el código para la satisfacción del cliente es exacto y no induce a error. Su utilización puede:

- fomentar las prácticas de comercio justo y la confianza del cliente en una organización;
- mejorar el entendimiento del cliente sobre qué esperar de una organización en términos de sus productos y las relaciones con los clientes, reduciendo así la probabilidad de malentendidos y quejas;
- disminuir potencialmente la necesidad de nueva reglamentación que rijan la conducta de la organización respecto a sus clientes.

0.2 Relación con las Normas ISO 9001 e ISO 9004

Esta Norma Internacional es compatible con las Normas ISO 9001 e ISO 9004 y apoya los objetivos de estas dos normas a través de la aplicación eficaz y eficiente de un proceso para desarrollar e implementar un código de conducta relacionado con la satisfacción del cliente. Esta Norma Internacional se puede utilizar también independientemente de las Normas ISO 9001 e ISO 9004.

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos de un sistema de gestión de la calidad que se puede utilizar para su aplicación interna por las organizaciones, para la certificación, o para propósitos contractuales. Un código de conducta para la satisfacción del cliente implementado de acuerdo con esta Norma Internacional (ISO 10001) puede ser un elemento de un sistema de gestión de la calidad. Esta Norma Internacional no está prevista para la certificación o para propósitos contractuales.

La Norma ISO 9004 proporciona orientación sobre la mejora continua del desempeño con respecto a los sistemas de gestión de la calidad. Esta Norma Internacional (ISO 10001) puede mejorar aún más el desempeño con respecto a los códigos de conducta, así como aumentar la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas. Puede también facilitar la mejora continua de la calidad de los productos y de los procesos basándose en la retroalimentación de los clientes y de otras partes interesadas.

NOTA Además de los clientes, otras partes interesadas pueden incluir proveedores, asociaciones industriales y sus miembros, organizaciones de consumidores, agencias gubernamentales pertinentes, personal, propietarios y otros que estén afectados por el código de conducta para la satisfacción del cliente de la organización.

0.3 Relación con las Normas ISO 10002 e ISO 10003

Esta Norma Internacional es compatible con las Normas ISO 10002 e ISO 10003. Estas tres normas se pueden utilizar ya sea de manera independiente o en conjunto. Cuando se emplean en conjunto esta Norma Internacional, la Norma ISO 10002, y la Norma ISO 10003 pueden ser parte de un marco integrado mayor para aumentar la satisfacción del cliente a través de los códigos de conducta, el tratamiento de quejas y la resolución de conflictos (véase el Anexo B).

La Norma ISO 10002 orienta sobre el tratamiento interno de las quejas relacionadas con el producto. Al cumplir las promesas proporcionadas en un código de conducta para la satisfacción del cliente, las organizaciones disminuyen la posibilidad de que surjan problemas, al ser potencialmente menos confusas con respecto a las expectativas del cliente que tienen que ver con la organización y sus productos.

La Norma ISO 10003 orienta sobre la resolución de conflictos con respecto a las quejas relacionadas con el producto que no se pueden resolver internamente de forma satisfactoria en las organizaciones. Cuando los conflictos aparecen, la existencia de un código de conducta para la satisfacción del cliente puede ayudar a las partes a comprender las expectativas del cliente y los intentos de la organización para cumplir esas expectativas.

0.4 Declaraciones relativas a la conformidad

Esta Norma Internacional está diseñada para utilizarse de manera independiente como un documento de orientación. Cuando todas las orientaciones aplicables proporcionadas en esta Norma Internacional se hayan implementado, se pueden realizar declaraciones de que el código de conducta para satisfacción del cliente se ha planificado, diseñado, desarrollado, implementado, mantenido y mejorado tomando como base estas orientaciones.

Sin embargo, cualquier declaración que manifieste o implique conformidad con esta Norma Internacional no es coherente con esta Norma Internacional, y por lo tanto no es apropiado hacer tales declaraciones.

NOTA Las declaraciones que manifiesten o impliquen la conformidad con esta Norma Internacional son por lo tanto inapropiadas en cualquier material promocional y de comunicación, tales como informes de prensa, anuncios, folletos promocionales, videos, anuncios al personal, logotipos, eslóganes y subtítulos para diversos tipos de medios, que van desde los impresos hasta su transmisión, en Internet y aplicaciones multimedia, en etiquetas de productos, señales, y pancartas.

Gestión de la calidad — Satisfacción del cliente — Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones

1 Objeto y campo de aplicación

Esta Norma Internacional proporciona orientación para la planificación, el diseño, el desarrollo, la implementación, el mantenimiento y la mejora de los códigos de conducta para la satisfacción del cliente. Esta Norma Internacional se aplica a los códigos relativos a productos que contengan promesas hechas a los clientes por una organización con respecto a su comportamiento. Dichas promesas y las disposiciones relacionadas tienen el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente. El Anexo A proporciona ejemplos simplificados de los componentes de los códigos para diferentes organizaciones.

NOTA 1 A lo largo de esta Norma Internacional, el término "producto" comprende servicios, software, hardware y materiales procesados.

NOTA 2 En esta Norma Internacional, el término "producto" se aplica únicamente al producto destinado a un cliente o solicitado por él.

Esta Norma Internacional está prevista para utilizarse por organizaciones independientemente del tipo, tamaño y producto que proporcione, incluyendo las organizaciones que diseñan códigos de conducta para la satisfacción del cliente para su utilización por otras organizaciones. El Anexo C proporciona orientación específica para las pequeñas empresas.

Esta Norma Internacional no describe el contenido esencial del código de conducta de satisfacción del cliente, tampoco considera otros tipos de códigos de conducta, tales como los relacionados con la interacción entre una organización y su personal, o entre una organización y sus proveedores.

Esta Norma Internacional no está prevista para la certificación o para propósitos contractuales, y no pretende cambiar ningún derecho u obligación proporcionada por requisitos legales o reglamentarios aplicables.

NOTA 3 Aunque esta Norma Internacional no está prevista para propósitos contractuales, las promesas de los códigos de conducta de satisfacción del cliente se pueden incluir en los contratos de una organización.

NOTA 4 Esta Norma Internacional está dirigida a códigos de conducta para la satisfacción del cliente con respecto a clientes individuales que compran o utilizan objetos, bienes o servicios para propósitos personales o domésticos, aunque es aplicable a todos los códigos de conducta para la satisfacción del cliente.

2 Referencias normativas

Los documentos que a continuación se referencian son indispensables para la aplicación de este documento. Para las referencias con fecha sólo se aplica la edición citada. Para las referencias sin fecha se aplica la última edición del documento (incluyendo cualquier modificación de este).

ISO 9000:2005, *Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario*

3 Términos y definiciones

Para los propósitos de este documento, se aplican los términos y definiciones dadas en la Norma ISO 9000:2005 y los siguientes.

3.1

código de conducta para la satisfacción del cliente

código

promesas, hechas a **clientes** (3.4) por una **organización** (3.6) con respecto a su comportamiento, que pretenden aumentar la **satisfacción del cliente** (3.5) y las disposiciones relacionadas

ISO 10001:2007

MATERIAL PARA SER USADO COMO REFERENCIA EN CAPACITACIÓN, VERSIÓN NO OFICIAL

NOTA 1 Las disposiciones relacionadas pueden incluir objetivos, condiciones, limitaciones, información de contacto, y procedimientos de tratamiento de las quejas.

NOTA 2 En adelante, en esta Norma Internacional, el término "código" se utilizará en lugar de "código de conducta de satisfacción del cliente".

3.2

reclamante

persona, **organización** (3.6), o su representante, que expresa una **queja** (3.3)

NOTA Esta definición clarifica la definición dada en la Norma ISO 10002, de forma que un representante puede representar a una persona o a una organización.

3.3

queja

expresión de insatisfacción hecha a una **organización** (3.6), con respecto a sus productos, o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita

[ISO 10002:2004, 3.2]

NOTA Las quejas se pueden hacer en relación con el **código** (3.1).

3.4

cliente

organización (3.6) o persona que recibe un producto

EJEMPLO Consumidor, cliente, usuario final, minorista, beneficiario o comprador.

NOTA 1 Un cliente puede ser interno o externo a la organización.

NOTA 2 Para los propósitos de esta Norma Internacional, el término "cliente" incluye a los clientes potenciales.

NOTA 3 Adaptada de la Norma ISO 9000:2005, apartado 3.3.5.

3.5

satisfacción del cliente

percepción del **cliente** (3.4) sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos

NOTA 1 Las **quejas** (3.3) de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

NOTA 2 Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

[ISO 9000:2005, 3.1.4]

3.6

organización

conjunto de personas e instalaciones con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones

EJEMPLO Compañía, corporación, firma, empresa, institución, institución de beneficencia, empresa unipersonal, asociación, agencia gubernamental o parte o combinación de las anteriores.

NOTA Adaptada de la Norma ISO 9000:2005, apartado 3.3.1.

4 Principios de orientación

4.1 Generalidades

La planificación, el diseño, el desarrollo, la implementación, el mantenimiento y la mejora eficaz y eficiente de un código se basa en la adhesión a los principios de orientación dirigidos al cliente, que se exponen en los apartados 4.2 a 4.9.

4.2 Compromiso

Una organización se debería comprometer activamente con la adopción, la integración y la difusión de un código y con el cumplimiento de sus promesas.

4.3 Capacidad

Se debería disponer de suficientes recursos para la planificación, el diseño, el desarrollo, la implementación, el mantenimiento y la mejora del código, y para gestionarlos eficaz y eficientemente.

4.4 Visibilidad

Se debería publicitar adecuadamente un código para los clientes, el personal y otras partes interesadas.

4.5 Accesibilidad

Debería ser fácil de encontrar y utilizar un código y la información pertinente sobre él (véase el Anexo D).

4.6 Receptividad

En su código, una organización debería responder a las necesidades de los clientes y a las expectativas de las partes interesadas (véase el Anexo E).

4.7 Exactitud

Una organización debería asegurarse de que su código y la información al respecto sean exactos, no induzcan a error, sean verificables y sean conformes con los requisitos legales y reglamentarios pertinentes.

4.8 Responsabilidad y rendición de cuentas

La organización debería establecer y mantener la responsabilidad y la rendición de cuentas sobre las acciones y decisiones respecto a su código, e informar sobre ellas.

4.9 Mejora continua

La organización debería tener como un objetivo permanente el aumentar la eficacia y eficiencia del código y su utilización.

5 Marco de referencia del código

5.1 Establecimiento

Un código debería tener como soporte un marco de referencia de la organización para la toma de decisiones y acciones que se utilice en la planificación, el diseño, el desarrollo, la implementación, el mantenimiento y la mejora del código. Este marco de referencia implica la evaluación, la disposición y el despliegue de los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades interrelacionadas para satisfacer los objetivos del código (véase el Anexo F). También incluye el compromiso de la alta dirección, la asignación de responsabilidades y autoridad apropiadas, y la formación en toda la organización.

5.2 Integración

El marco de referencia del código debería basarse e integrarse con el sistema de gestión de la calidad y otros sistemas de gestión de la organización, cuando sea apropiado.

6 Planificación, diseño y desarrollo

6.1 Determinar los objetivos del código

Una organización debería determinar los objetivos a alcanzar por el código.

NOTA Se aconseja que los objetivos del código se articulen de tal manera que su cumplimiento se pueda medir mediante los indicadores de desempeño identificados por la organización.

6.2 Recopilar y evaluar la información

Se debería recopilar y evaluar la información relativa a:

- los aspectos que el código intenta abordar;
- cómo surgen estos aspectos;
- cómo se pueden tratar estos aspectos;
- cómo y en qué medida afectan estos aspectos a las actividades de la organización que no están relacionadas con el código;
- cómo se tratan estos aspectos en otras organizaciones;
- los posibles recursos y otras implicaciones de tratar estos aspectos mediante la utilización de un código;
- los requisitos legales y reglamentarios asociados con el tratamiento de estos aspectos mediante la utilización de un código.

NOTA Esta información está prevista para ayudar a la organización a articular los propósitos del código y a determinar un enfoque apropiado para desarrollar y evaluar si el código está alineado con otras actividades de la organización. El Anexo G proporciona orientación sobre los factores a considerar al adoptar un código preparado por otra organización (por ejemplo, una industria o una asociación profesional).

6.3 Obtener y evaluar los elementos de entrada provenientes de las partes interesadas pertinentes

Es importante para la organización obtener y evaluar los elementos de entrada provenientes de las partes interesadas pertinentes (por ejemplo, clientes, proveedores, asociaciones industriales, organizaciones de consumidores, agencias gubernamentales pertinentes, personal, propietarios) relacionados con el contenido y uso del código (véase el Anexo E).

6.4 Preparar el código

La organización debería preparar un código basado en la información y en los elementos de entrada que ha recopilado (véase el Anexo H). El código debería ser claro, conciso, exacto, que no induzca a error, escrito en un lenguaje simple, y debería incluir:

- el alcance y el propósito del código adecuado a la organización y sus clientes;
- las promesas hechas por la organización a sus clientes que se pueden cumplir, y cualquier limitación concerniente a dichas promesas;
- la definición de los términos clave utilizados en el código;

ISO 10001:2007

- cómo y a quién se deberían dirigir las consultas y las quejas relacionadas con el código;
- una descripción de las acciones que se tomarán en caso de que no se cumplan las promesas del código.

NOTA Las consultas y las quejas pueden estar relacionadas con el contenido y la utilización del código. Véanse las Normas ISO 10002 e ISO 10003 como orientación.

En la preparación del código, la organización se debería asegurar de que se puede implementar eficazmente y que sus disposiciones no infringen ningún requisito legal ni reglamentario. Los requisitos legales y reglamentarios son de particular importancia en lo que respecta a la publicidad engañosa o que induce a error y las prohibiciones de las actividades contra la libre competencia. La organización debería asegurar también que las disposiciones del código tienen en cuenta cualquier otro código y norma pertinente.

La organización debería considerar probar el código para determinar si es necesario ajustarlo.

6.5 Preparar los indicadores de desempeño

La organización debería preparar indicadores de desempeño cuantitativos o cualitativos, diseñados para que ayuden a comprender si el código está cumpliendo satisfactoriamente sus objetivos.

NOTA Los indicadores de desempeño asociados a un código pueden incluir una clasificación o una graduación a partir de los estudios de satisfacción del cliente, o estadísticas relativas a las reclamaciones y su resolución. En el Anexo A se proporcionan ejemplos.

6.6 Preparar los procedimientos del código

La organización debería preparar los procedimientos de implementación, mantenimiento y mejora del código, incluyendo cómo se tratan las consultas y las quejas. La organización debería identificar y tratar cualquier obstáculo que impida la utilización eficaz del código, e identificar cualquier incentivo que pueda ayudar en la implementación, el mantenimiento y la mejora del código. Los procedimientos variarán dependiendo de la naturaleza del código y de la organización que los utiliza. Los procedimientos se deberían elaborar de acuerdo con los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

NOTA Entre los ejemplos de actividades que pueden ser tema de procedimientos, se incluyen:

- la comunicación del código a los clientes;
- la formación del personal pertinente en el código;
- la resolución de casos en los que las promesas del código no se cumplen;
- el registro de las consultas y las quejas sobre el código;
- el registro y la evaluación del desempeño del código;
- la utilización y la gestión de los registros;
- la divulgación de la información relativa al cumplimiento del código (véase el Anexo I).

6.7 Preparar el plan de comunicación interna y externa

La organización debería desarrollar un plan para poner el código y la información complementaria (por ejemplo, el formulario de retroalimentación), a disposición del personal y de otras partes implicadas en la aplicación del código (véase el Anexo I).

6.8 Determinar los recursos necesarios

La organización debería determinar los recursos necesarios para el cumplimiento de las promesas del código y proporcionar la solución adecuada en caso de que no se cumplan (por ejemplo, compensar al cliente). Los recursos incluyen el personal, la formación, los procedimientos, la documentación, la ayuda de especialistas, los materiales y los equipos, las instalaciones, el hardware y el software informático y los recursos financieros.

7 Implementación

La organización debería gestionar las actividades de implementación según estén planificadas, de manera oportuna.

La organización debería, a los niveles apropiados dentro de la organización:

- a) aplicar los procedimientos pertinentes, y los planes de comunicación interna y externa;
- b) proporcionar las soluciones apropiadas a los clientes (por ejemplo, compensaciones);
- c) emprender las acciones necesarias para tratar rápidamente los casos en los que las disposiciones del código no se han cumplido; estas acciones se pueden iniciar como resultado del seguimiento de una queja acerca del código o como resultado de la información recopilada por la organización sobre el desempeño del código.

La organización debería registrar:

- la utilización de los recursos en la aplicación del código;
- el tipo de formación e instrucción que ha recibido el personal en relación con el código;
- la aplicación de planes de comunicación interna y externa;
- el tratamiento de consultas o quejas acerca del código, y las acciones de reparación emprendidas por la organización.

8 Mantenimiento y mejora

8.1 Recopilación de la información

La organización debería recopilar de forma regular y sistemática la información necesaria para la evaluación eficaz y eficiente del desempeño del código, incluyendo la información, los elementos de entrada y los registros que se describen en los Capítulos 6 y 7.

8.2 Evaluación del desempeño del código

La organización debería evaluar de forma regular y sistemática el desempeño del código. Dicha evaluación debería incluir la verificación y el análisis del cumplimiento de los objetivos globales del código y de las promesas del código.

Las consultas y las quejas sobre el código o su uso se deberían clasificar y analizar para identificar problemas y tendencias sistémicas, recurrentes y aisladas, y para ayudar a eliminar las causas subyacentes de las quejas sobre el código.

NOTA Se aconseja que la organización también emprenda medidas para determinar si las consultas y las quejas sobre los productos o procesos que no mencionan el código están, no obstante, relacionadas con las disposiciones del código. Estas consultas y quejas pueden revelar una mala aplicación de las disposiciones del código.

Para evaluar el impacto del código, se necesita información de la situación antes de dar a conocer el código y después a intervalos apropiados. Esta información se puede utilizar no sólo para determinar las debilidades en el diseño y en la puesta en práctica del código, sino también para demostrar los resultados alcanzados (si los hay) y el progreso realizado por la utilización del código.

8.3 Satisfacción con el código

Se deberían emprender acciones de forma regular y sistemática para determinar la satisfacción del cliente con el código y su uso. Éstas pueden adoptar la forma de estudios aleatorios de clientes y otras técnicas.

NOTA Un método para evaluar la satisfacción del cliente es la simulación de un contacto de un cliente con la organización relacionada con un tema tratado en un código, cuando lo permita la legislación.

8.4 Revisión del código y su marco de referencia

La organización debería revisar de forma regular y sistemática el código y su marco de referencia, para:

- a) mantener su conveniencia, adecuación, eficacia y eficiencia,
- b) tratar los casos significativos de incumplimiento de las promesas del código,
- c) evaluar las necesidades y las oportunidades para la mejora, y
- d) tomar decisiones y acciones relacionadas, según sea apropiado.

Al realizar la revisión, la organización debería incluir la información pertinente sobre:

- cambios en el código y en su marco de referencia;
- cambios en la legislación;
- cambios en las prácticas de los competidores o innovaciones tecnológicas;
- cambios en las expectativas sociales;
- cumplimiento de las promesas del código;
- estado de las acciones correctivas y preventivas;
- productos ofrecidos;
- acciones decididas en revisiones previas.

8.5 Mejora continua

La organización debería mejorar continuamente el código y su marco de referencia para aumentar la satisfacción del cliente, utilizando medios tales como acciones preventivas y correctivas, y mejoras innovadoras.

La organización debería emprender acciones para eliminar las causas subyacentes de problemas existentes y potenciales que conducen a las quejas, para prevenir la repetición y la ocurrencia, respectivamente.

NOTA 1 Se aconseja que una organización que utiliza un código desarrollado por otra organización, informe a la otra organización de cualquier problema que surja durante su utilización.

La organización debería:

- explorar, identificar y aplicar las mejores prácticas en la estructura, el contenido y la utilización de un código;
- fomentar un enfoque orientado al cliente dentro de la organización;
- fomentar la innovación del código;
- reconocer los ejemplos de desempeños y prácticas destacadas relacionadas con el código.

NOTA 2 Para orientación adicional sobre una metodología genérica para la mejora continua, las organizaciones pueden referirse al Anexo B de la Norma ISO 9004:2000.

Anexo A
(informativo)

Ejemplos simplificados de los componentes de los códigos para diferentes organizaciones

La Tabla A.1 proporciona ejemplos simplificados de los componentes de los códigos para diferentes organizaciones.

Tabla A.1 — Ejemplos simplificados de los componentes de los códigos para diferentes organizaciones

Ejemplo de componente del código	Tipo de organización				
	Compañía repartidora de pizzas	Clínica médica	Asociación de minoristas	Hotel	Tren
Promisa	“Si la pizza no se entrega caliente y en 30 minutos, será gratis.”	“Se avisará puntualmente a los pacientes de cualquier retraso en las citas, y se les dará la opción de concertarlas a otra hora.”	“Si el precio escaneado de un artículo es mayor que el precio mostrado, el cliente ya sea individual o empresarial tiene derecho a recibir el producto de forma gratuita.”	“Si los huéspedes no están satisfechos con el servicio, el hotel se esforzará en solucionarlo o el huésped recibirá un descuento.”	“Si el tren se retrasa, si el cuarto de baño está sucio o el servicio es descortés, se le reembolsará al cliente el precio del billete.”
Limitaciones en la promesa comunicada al cliente	limitaciones geográficas, por el clima o por el tráfico	emergencias que afectan al calendario de citas	no es aplicable a un cosmético de venta sin receta ni a los artículos marcados individualmente	en circunstancias más allá del control del hotel	condiciones atmosféricas severas
Otras disposiciones del código	la declaración de que el costo de una pizza retrasada no se deducirá del salario del repartidor de la pizza	la declaración de la disponibilidad de los médicos fuera de los horarios normales	la declaración del objetivo del código: “para mantener exactamente el precio escaneado”	la declaración del objetivo del código: “la satisfacción total del huésped”	la declaración del objetivo del código: “trenes limpios y puntuales, y un servicio cortés”
Información complementaria	cómo hacer una queja	cómo hacer una consulta	cómo hacer una consulta o una queja	cómo conseguir un descuento	cuándo se pueden obtener reembolsos
Actividad de planificación, diseño, desarrollo e implementación del código	un programa de pruebas piloto	formación en servicio al cliente	consultar con los miembros de la asociación	uso de grupos de discusión para determinar la solución más apropiada	formar al personal que trata con el público
Actividad de mantenimiento y mejora	realizar encuestas, y, como consecuencia, realizar cambios en la redacción del código	evaluar los datos de la queja	involucrar a las organizaciones de consumidores en la revisión de los datos	revisar la campaña de comercialización	cambiar los procedimientos para la limpieza de los lavabos
Indicadores de desempeño	porcentaje de entregas a tiempo	porcentaje de pacientes informados	porcentaje de productos que tienen el precio mal indicado	porcentaje de huéspedes insatisfechos	porcentaje de quejas de los pasajeros

Anexo B
(informativo)

Interrelación entre las Normas ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003

La Figura B.1 ilustra los procesos de la organización relacionados con el código de conducta, el tratamiento de las quejas y la resolución de los conflictos de forma externa.

NOTA Una queja se puede iniciar por un cliente u otro reclamante.

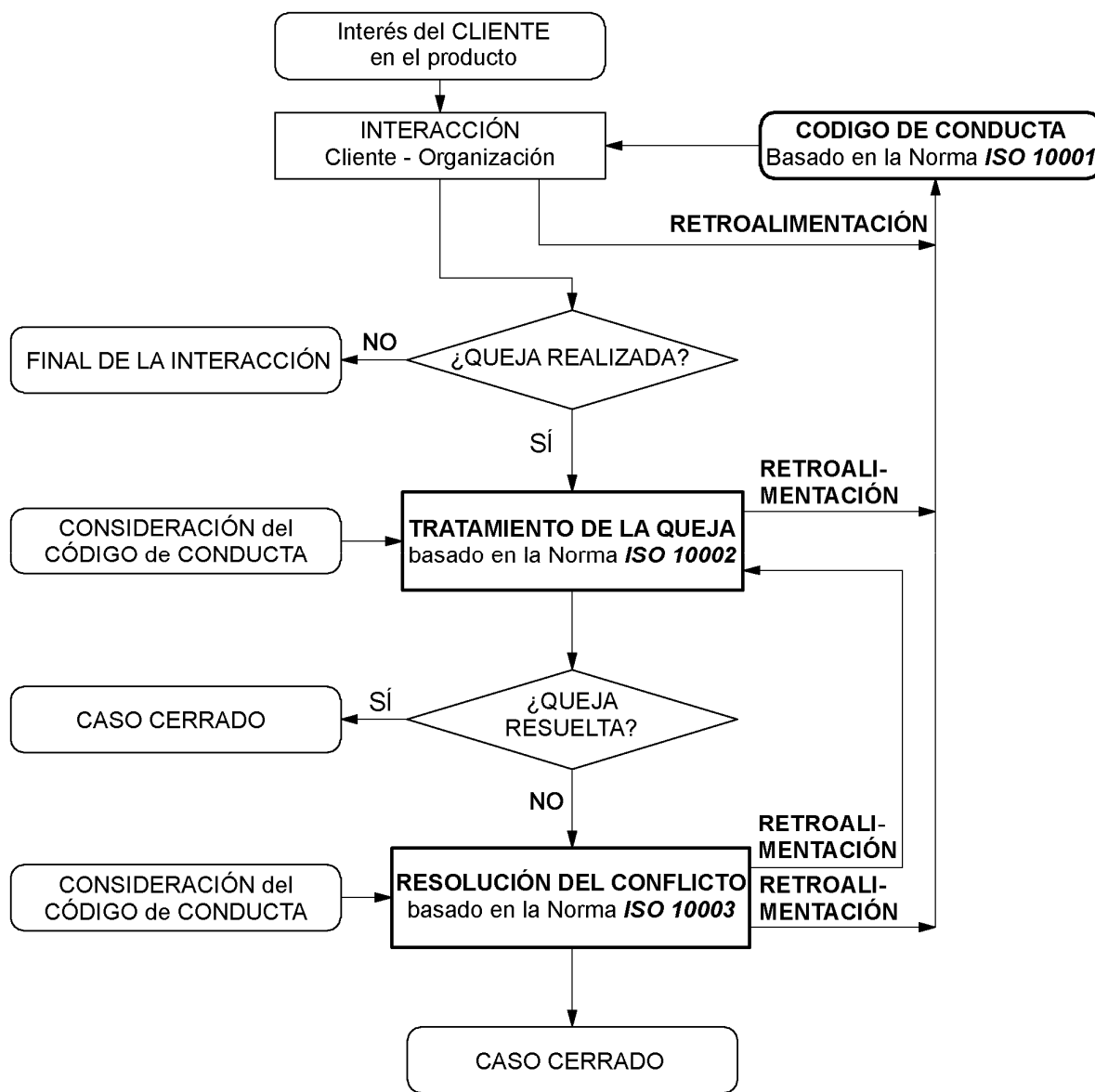


Figura B.1 — Interrelación entre las Normas ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003

Anexo C
(informativo)

Orientación para las pequeñas empresas

Esta Norma Internacional está prevista para organizaciones de todos los tamaños. Sin embargo, se reconoce que muchas organizaciones pequeñas tendrán recursos limitados para planificar, diseñar, desarrollar, implementar, mantener y mejorar un código para la satisfacción del cliente. Los ejemplos a continuación, resaltan las áreas clave en las que las organizaciones pueden centrar su atención para lograr un código apropiado, con sugerencias de acción para cada una:

- Examinar los códigos utilizados por otras organizaciones y determinar si pueden ser útiles para su organización.
- Considerar su adhesión a un código establecido (por ejemplo, participar en un programa de código gestionado por una industria o asociación profesional).
- Preguntar a los clientes y a los colegas de negocio cuál es la promesa que más les gustaría hacer a un cliente.
- Considerar qué cambios en las operaciones actuales de la organización sería necesario hacer para lograr las promesas del código de forma eficaz y eficiente, incluyendo los procedimientos pertinentes, la formación, el nuevo personal, los cambios en las instalaciones, los nuevos equipos, o las comunicaciones.
- Considerar cómo su organización puede medir si se han cumplido o no sus promesas de forma eficaz y eficiente.
- Comprobar el buen funcionamiento del código con base en una prueba antes de finalizarlo y difundirlo.
- Poner a disposición un procedimiento simple que permita a los clientes consultar o quejarse acerca del código o su implementación.
- Considerar la participación en un programa de resolución de conflictos de forma externa.
- Revisar las leyes y reglamentaciones aplicables (por ejemplo, las leyes de protección del consumidor).
- Comunicar a los clientes, a través de indicaciones, anuncios y otros medios, que hay un código vigente.
- Revisar regularmente si la organización está cumpliendo sus promesas, preguntando a los clientes y a los colegas de negocio sus puntos de vista sobre el código y su implementación, y realizar cambios para asegurar que el código todavía es apropiado, adecuado, eficaz y eficiente.

Anexo D (normativo)

Orientación sobre accesibilidad

La organización debería poner a disposición de sus clientes, personal y otras partes interesadas, su código y la información complementaria (por ejemplo, formularios de quejas). La organización debería tener en cuenta la variedad de personas potencialmente interesadas (que puede incluir niños, personas mayores, personas con diferentes capacidades). Por tanto, la información y la asistencia relativas al código deberían estar disponibles en cualquier lenguaje o formato que se utilice en la información referente a los productos cuando éstos se ofrecen o se entregan, de manera que los clientes que deseen referirse al código no estén en desventaja. Una organización que participe en un programa de código de otra organización (por ejemplo, una asociación industrial o profesional) debería hacer su programa accesible remitiendo sus clientes y otras partes interesadas a la otra organización.

La información se debería escribir en lenguaje claro y sin ambigüedades, y debería estar disponible en formatos alternativos adecuados para los clientes existentes y potenciales, tales como audio, impresión en caracteres grandes, letras grandes en relieve, Braille, por correo electrónico o en un sitio Web accesible.

NOTA Un formato alternativo describe una presentación o representación diferente cuya intención es hacer la información accesible a través de una modalidad o capacidad sensorial diferente. Proporcionar todos los elementos de entrada y todas las salidas (es decir, información y funciones) en al menos un formato alternativo (por ejemplo, visual o táctil), puede ayudar a más personas, incluyendo algunas con problemas de lenguaje o alfabetización. Los factores de presentación que pueden afectar a la legibilidad y a la facilidad de comprensión incluyen:

- el diseño,
- la impresión en color y contraste,
- el tamaño y estilo de fuente y símbolos, y
- la elección y utilización de múltiples lenguajes.

Véase la Guía ISO/IEC 37.

Anexo E
(normativo)

Orientación sobre los elementos de entrada de las partes interesadas

La organización debería identificar a las partes interesadas y escuchar sus puntos de vista. La organización debería:

- a) considerar la variedad de métodos disponibles para obtener los elementos de entrada, incluyendo las reuniones públicas, los grupos de discusión, los cuestionarios y las encuestas, los comités asesores, los talleres y los grupos de discusión virtuales;
- b) determinar los recursos financieros y humanos asociados a la obtención de los elementos de entrada de las partes interesadas.

Para que el proceso de obtener los elementos de entrada de las partes interesadas sea eficaz, las organizaciones deberían:

- articular el propósito del proceso (incluyendo los objetivos, el alcance del proceso, y cómo aparecerá el resultado final);
- determinar apropiadamente los plazos del proceso, lo que permitirá participar a las partes interesadas, e incluir cierta flexibilidad para los imprevistos;
- involucrar a las partes interesadas apropiadas;
- asegurar que se mantiene la confidencialidad de la información de las partes que proporcionan los elementos de entrada, cuando sea apropiado;
- asegurar que se están utilizando los mecanismos apropiados para obtener los elementos de entrada y que éstos están apropiadamente fundamentados;
- asegurar que las partes entienden y aceptan los principios básicos del proceso.

Después de completar el proceso de obtención de los elementos de entrada de las partes interesadas, la organización debería utilizar los resultados en las actividades subsecuentes de planificación, diseño, desarrollo, implementación, mantenimiento y mejora del código. La organización debería comunicar a las partes interesadas cómo se han utilizado los resultados de este proceso. Se debería realizar una evaluación de la eficacia y eficiencia del proceso de obtención de los elementos de entrada de las partes interesadas.

Anexo F
(informativo)

Marco de referencia del código

La Figura F.1 ilustra el marco de referencia de la organización para la toma de decisiones y acciones a realizar para la planificación, el diseño, la implementación, el mantenimiento y la mejora del código.

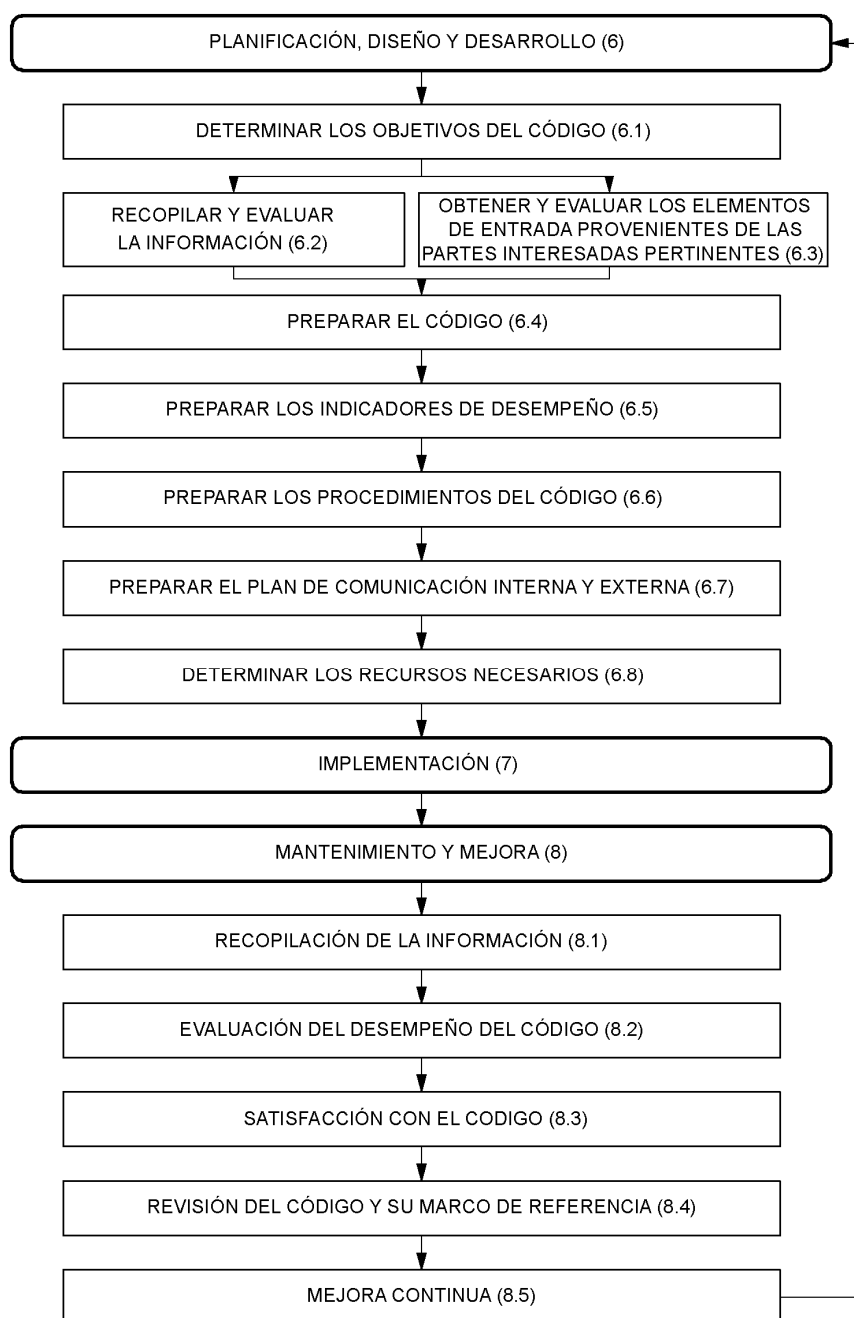


Figura D.1 — Marco de referencia del código

Anexo G
(informativo)

Orientación para adoptar un código proporcionado por otra organización

Una organización puede considerar el adoptar un código preparado por otra organización (referido como “el proveedor del código”) o participar en un programa del proveedor del código. Los factores a considerar son los listados a continuación:

- ¿El código es apropiado y conveniente para la organización?
- ¿Cuál es la reputación del proveedor del código (por ejemplo, está bien considerado por los clientes, otros negocios y gobiernos; el proveedor del código tiene una influencia significativa en el sector)?
- ¿Qué proceso siguió el proveedor del código para diseñar y desarrollar el código? ¿Estaba abierto a todas las partes interesadas? ¿Cuál ha sido la experiencia de otras organizaciones con el proveedor del código y su código?
- ¿El código tiene un perfil alto en el mercado?
- ¿Cuáles son los costos y los beneficios de la participación en el programa del proveedor del código?
- ¿El proveedor del código realiza el seguimiento y asegura que se sigue el código y, si es así, de qué forma?
- ¿El código es obligatorio para la organización que adopta el código y cuáles son las consecuencias de no seguirlo?
- ¿El proveedor del código tiene los recursos suficientes para determinar incidentes en los que el código no se sigue y responder a ellos?
- ¿Qué formación puede el proveedor del código poner a disposición de su personal y de aquéllos que escogen seguir el código?
- ¿Qué incentivos (y métodos de disuasión) proporciona el proveedor del código para fomentar que las organizaciones sigan el código?
- ¿Qué información se divulgará al proveedor del código por la organización que adopta el código?
- ¿Qué información divulga el proveedor del código al público, al gobierno y a las organizaciones que adoptan el código (por ejemplo, informes mensuales, trimestrales, semestrales o anuales)?

Anexo H (normativo)

Orientación para la preparación del código

El código debería ser coherente con sus objetivos. El código variará dependiendo del tamaño y la naturaleza de la organización, pero generalmente tiene un valor considerable:

- aclarar el alcance y los parámetros del código (por ejemplo, si esto aplica a todos los productos de las organizaciones o sólo a algunos; (si esto aplica a toda el área geográfica o sólo a ciertos sitios limitados);
- informar de cualquier exención o excepción (por ejemplo, la promesa no aplica en periodos de alta actividad o en circunstancias inusuales designadas);
- proporcionar definiciones claras de términos clave;
- evitar jerga, abreviaturas o acrónimos, cuando sea posible;
- establecer claramente las consecuencias y procedimientos a seguir si las promesas no se cumplen;

NOTA Esto podría implicar orientación sobre los procesos de tratamiento de quejas y de resolución de conflictos de forma externa, según se indica en las Normas ISO 10002 e ISO 10003.

- proporcionar información apropiada al cliente acerca del código en los momentos pertinentes (por ejemplo, una organización que ofrece productos "online" puede proporcionar información acerca de la protección de la privacidad de su sitio Web, en el momento de la entrega, e inmediatamente antes de que el cliente compre un producto);
- proporcionar información al cliente sobre la persona a quién contactar y cómo hacerlo si tiene preguntas, quejas o comentarios;
- asegurar que el código se puede implementar de forma eficaz y eficiente y que las disposiciones del código no infringen ningún requisito legal o reglamentario; son particularmente importantes los requisitos legales o reglamentarios relacionados con la publicidad engañosa y las prohibiciones de actividades contra la libre competencia.

Anexo I
(normativo)

Orientación para la preparación de los planes de comunicación

I.1 Generalidades

La organización debería desarrollar un plan para hacer que su código e información complementaria esté disponible para el personal y otras partes involucradas en la implementación del código. Este plan de comunicación dependerá del tamaño y tipo de organización y de la naturaleza del código, pero debería:

- identificar al público interno y externo, y sus necesidades particulares;
- identificar los recursos disponibles para realizar la comunicación;
- identificar y seleccionar los posibles métodos de comunicación;
- revisar sus respectivas ventajas, desventajas, eficacia y costo (por ejemplo, utilización de logotipos, publicidad, comunicaciones en el punto de venta);
- proporcionar información pertinente para el personal y otras partes involucradas en la implementación del código, interna y externamente a la organización.

I.2 Comunicación interna

La información debería incluir:

- los objetivos del código e interpretación de las disposiciones del código;
- cómo implementar el código, incluyendo las responsabilidades del personal relacionado con la implementación del código y la comunicación de la información;
- la información relacionada con el proceso de tratamiento de quejas y cualquier disposición para la resolución del conflicto.

Se debería hacer que el personal tome conciencia de toda la información que está públicamente disponible.

I.3 Comunicación externa

La información para los clientes, los reclamantes y otras partes interesadas debería estar fácilmente disponible por ejemplo, a través de folletos, panfletos, etiquetas y material del sitio Web. La información se debería proporcionar de manera exacta y clara utilizando lenguajes apropiados y formatos alternativos (véase el Anexo D). Dicha información podría incluir:

- las promesas hechas por las organizaciones a los clientes;
- dónde y cómo se pueden realizar las consultas y las quejas sobre el código, o sobre los temas tratados por el código;
- cómo se tratará una consulta o una queja, incluyendo cómo se proporcionará la retroalimentación sobre su estado y los plazos asociados con cada etapa de este proceso;
- las opciones para acusar recibo de una consulta y para solucionar una queja;

ISO 10001:2007

- la disponibilidad de cualquier proceso de resolución de conflictos de forma externa;
- los resultados de la aplicación del código.

NOTA Con respecto a la resolución de quejas y conflictos, las organizaciones pueden utilizar la orientación proporcionada en las Normas ISO 10002 e ISO 10003.

La organización debería proteger la información personal y asegurar la confidencialidad de quienes expresan consultas y quejas.