



El valor del compromiso

Las cartas de servicios son documentos donde las organizaciones asumen compromisos públicos con los clientes y ciudadanos. Y estos compromisos tienen que ser cuantificables, redactarse de forma sencilla y ser inequívocos. AENOR ha certificado más de 200 cartas de servicios en España y Latinoamérica a organizaciones de distinta naturaleza, como administraciones públicas, grandes corporaciones o pymes. Desde la experiencia en esta certificación, aquí se ofrecen algunas de las claves para redactar correctamente una carta de servicios.



**Sergio
González**
Gerente de
Servicios
AENOR

Los clientes, consumidores y ciudadanos de hoy en día, ¿valoran en mayor medida un servicio si quien lo presta se compromete públicamente a ofrecerlo con unas determinadas condiciones? Casi con toda seguridad, la respuesta a esta pregunta es afirmativa. Pero si, además, al valor de los compromisos que una organización asume públicamente se le añade el valor de una entidad independiente y de prestigio que verifique y dé fe de la gestión y cumplimiento de dichos compromisos, ¿no se refuerza aún más su valor? Precisamente ése es el papel de AENOR como entidad de certificación de las cartas de servicio, también denominadas cartas de compromiso. Esto es, aportar el grado de confianza y verosimilitud que los compromisos asumidos por una organización requieren.

La perspectiva tanto de la Norma UNE 93200, como de la certificación asociada, es aportar rigor y prestigio a quienes asumen los compromisos de calidad

Una carta de servicios no es sino la forma en que las organizaciones, públicas o privadas, asumen compromisos públicos con sus clientes o ciudadanos. Y lo hacen mediante documentos abiertos y claros, en los que priman, precisamente, los compromisos. Y no puede ser cualquier compromiso el que se recoja en una carta; ni pueden redactarse o asumirse de cualquier forma.

AENOR viene apostando por la certificación de cartas de servicio desde hace más de diez años, y ya hay cerca de 200 certificados emitidos a

organizaciones de España y Latinoamérica. En la actualidad, esta certificación se concede de acuerdo con los requisitos recogidos en la Norma UNE 93200, que es la única en el ámbito internacional que recoge la metodología, contenido y particularidades que debe caracterizar a una carta de servicios. Existen numerosas publicaciones que guían y orientan sobre el desarrollo de cartas de servicio, pues no olvidemos que se trata de una herramienta muy utilizada en diferentes países del mundo desde los años 90 del siglo pasado. Pero ►►



EXPERIENCIAS

Garantía de calidad

Paloma Hernández

Responsable Canal Task Force – Gran Público
Endesa Energía

Si nos remontamos 14 años atrás, nos encontramos con un mercado energético que estaba regulado por el Gobierno, que también fijaba los precios. Es a partir de 2003 cuando comienza el proceso de la liberalización del mercado energético que finaliza en 2009, tanto para suministros de luz como de gas. Por lo tanto, 2009 es el año que marca un cambio trascendental, ya que a partir de ese momento todos los consumidores fueron libres de elegir la comercializadora que más se adapta a sus necesidades. Así, en la actualidad, escogen entre un centenar de empresas que comercializan los productos de gas y luz.

Desde siempre, lo más importante para Endesa es la satisfacción de nuestros clientes. Para ello nuestro objetivo principal siempre ha sido trabajar cumpliendo con un riguroso control de calidad e implementando nuestro código de conducta. En este camino hemos contado con la certificación AENOR de Cartas de Servicios de venta proactiva presencial y telefónica. El primer certificado lo obtuvimos en 2011, lo que nos convirtió en la primera compañía energética en obtener esta certificación de AENOR. Este logro nos ha aportado un gran beneficio en la imagen que los clientes tienen de nosotros y anualmente hemos ido mejorando nuestros controles y procesos calidad, ofreciendo mayor confianza a nuestros clientes.

Disponer de una Carta de Servicios certificada por AENOR implica contar con ventajas y garantías de alta fiabilidad, de las que se benefician todos los clientes que depositan su confianza en nosotros y todos aquellos que estén interesados en nuestros productos. Esta garantía de calidad, se refleja a través del cumplimiento de nuestro riguroso código de conducta y compromisos, y estamos orgullosos de ello.



CARTAS DE SERVICIOS

► la norma más reconocida nacional e internacionalmente y que recoge el cómo y el porqué de una carta de servicios es la UNE 93200.

La perspectiva tanto de la Norma UNE 93200, como de la certificación asociada, es aportar rigor y prestigio a quienes asumen los compromisos de calidad. Es por ello que se requiere que dichos compromisos sean cuantificables, que estén redactados de manera sencilla, y que sean susceptibles de ser invocados por cualquiera de sus beneficiarios; esto es, que todos ellos estén reflejados en los compromisos que se incluyen en las cartas de servicios. Además, todos los compromisos deben de estar relacionados con los aspectos que más les importen a los usuarios, que son sus destinatarios.

Entre las dudas más habituales de quienes desarrollan cartas de servicio están aquellas relacionadas con los propios compromisos, que son el

corazón de las cartas. Estas dudas giran en torno a si la norma requiere incluir algún compromiso concreto, la naturaleza de los compromisos que se tienen que asumir, si deben reflejar las fortalezas de la organización o si se puede elegir el alcance de la carta de servicios, entre otros aspectos.

Lo importante para el cliente

La clave para elaborar una carta de servicios radica en reflejar lo que es importante para el cliente. De nada sirve incluir un gran número de compromisos si no tenemos en cuenta las partes del proceso que son clave para los clientes. La Norma UNE 93200, alineada con las metodologías más contrastadas en el desarrollo de cartas de servicios, establece como punto clave del proceso de desarrollo de una carta la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes, ciudadanos o usuarios y el análisis pormenorizado de las posibilidades y recursos con los que cuenta la organización para poder, en su caso, asumir compromisos al respecto. Es decir, que independientemente de que la organización decida asumir compromisos en aspectos relevantes de



La Norma UNE 93200 requiere que cada compromiso lleve asociado, al menos, un indicador de medición del mismo sobre el que fijar niveles de cumplimiento de la calidad de servicio

su servicio, debe tener en cuenta los atributos considerados más relevantes por sus usuarios y tratar de comprometerse con ellos en esos puntos clave. Plazos de respuesta, plazos y procesos de control y gestión, capacitación o formación del personal, disponibilidad de tecnologías, servicios o infraestructuras. Existen muchas posibilidades para asumir compromisos en los servicios que se acogen en una carta de servicios.

El alcance de la carta de compromisos lo elige la propia organización, y puede ser desde una actividad concreta a todos los servicios prestados por la entidad. Siempre en la medida de las posibilidades de la organización y con libertad para elegir el límite de la carta y los compromisos. Puede desarrollarse una carta de compromisos para la atención a clientes preferentes, el servicio de atención al cliente de esa misma organización o a todas las actividades que presta la empresa.

Seriedad y transparencia

La seriedad de los compromisos incluidos en la carta de servicios es un factor fundamental. Si no fuera así, la labor de desarrollo de dicha carta no serviría para nada. Por ello, hay que

huir de compromisos genéricos del tipo *se prestará el servicio con amabilidad, se gestionarán rápidamente las peticiones o se abrirá de 09:00 a 15:00*. Este tipo de enunciados no aportan el grado de excelencia ni de compromiso que requieren las cartas de servicios. Por ello la Norma 93200 solicita que los compromisos sean:

- **Cuantificables.** *Gestionaremos su petición en menos de 24 horas, la amabilidad de nuestro personal obtendrá más de un 8 en la encuesta de satisfacción o ampliaremos en una hora diaria el horario de atención habitual en las fechas de mayor demanda.*
- **Invocables** (que cualquiera de los clientes se vea reflejado en el compromiso de calidad). *Frente a gestionaremos la petición del 80 % de nuestros clientes en menos de 15 minutos es mejor Gestionaremos la petición del 80 % de nuestros clientes en menos de 15 minutos pero nunca por encima de 20 minutos.*
- **Redactados de forma sencilla.** *Mejor gestionaremos su solicitud en menos de 24 horas a se dará oficio, en los términos previstos, a las diligencias incoadas en un plazo no superior a 24 horas.*



EXPERIENCIAS

En busca de la excelencia

Ignacio Mula
Manager Accreditation
IATA

Desde que se fundó IATA (por sus iniciales de su denominación en inglés, *International Air Transport Association*) en abril de 1945 en la Habana, Cuba, siempre ha estado en nuestro ADN el afán por conseguir los estándares más elevados de calidad, como piedra angular del crecimiento sostenible del sector aéreo.

Actualmente, aerolíneas, agencias de viajes y carga están trabajando en importantes programas de cambio, reorganizando su negocio e incorporando nuevas tecnologías (por ejemplo, realidad virtual, inteligencia artificial, *piece level tracking*, etc.) con el objetivo de conseguir una mejora en la experiencia de servicio por parte del cliente. En este sentido, en IATA también ofrecemos excelencia y respondemos rápidamente a la evolución de las necesidades de nuestros clientes a través de una prestación a medida de nuestros servicios, y situando al cliente en el centro de la cadena de valor.

Por ello, y paralelamente al lanzamiento de nuestro nuevo portal de cliente, implantación del sistema de gestión de la calidad y rediseño de nuestros programas de participación, el equipo directivo de IATA tomó la decisión de ir un paso más allá en la experiencia de cliente mediante la puesta en marcha y certificación de las Cartas de Servicios, conforme a la Norma UNE 93200:2008.

Las Cartas de Servicios han supuesto un hito fundamental para IATA, ya que se hacen públicos los compromisos de calidad asumidos en la prestación de aquellos servicios relacionados con los programas de participación en nuestros sistemas de compensación de pagos, haciendo de IATA una organización todavía más transparente y enfocada hacia el cliente.

La certificación de las Cartas de Servicio, si bien no es un fin en sí mismo, pone en valor y reconoce el esfuerzo realizado por todos y cada uno de los empleados, por cumplir y exceder las expectativas y compromisos que hemos adquirido con nuestros clientes.

Áreas con Cartas de Servicios certificadas



Sanidad



Turismo y ocio



Deporte



Alimentación



Servicios sociales
(atención social, residencias de mayores, etc.)



Servicios funerarios



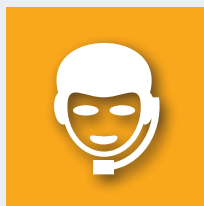
Universidades y educación



Violencia de género



Seguridad ciudadana



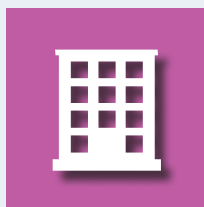
Atención al ciudadano, usuario o cliente
(contribuyente, paciente, turista, consumidor, alumno, etc.)



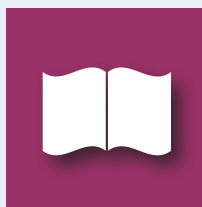
Transporte público de pasajeros



Servicios de abastecimiento



Servicios prestados por Diputaciones Provinciales



Actividades y servicios culturales
(bibliotecas, archivos, etc.)



Gestión municipal



CARTAS DE SERVICIOS

- **Inequívocos.** No deben dar lugar a malas interpretaciones, incluyendo las imágenes o textos que acompañen a los compromisos, que deben ser fieles al contenido de los mismos. Además, la Norma UNE 93200 requiere que cada compromiso lleve asociado, al menos, un indicador de medición del mismo sobre el que fijar niveles de cumplimiento de la calidad de servicio. Estos niveles de



Como complemento de la auditoría, y siempre que sea posible, se realizan inspecciones de cliente misterioso en las que inspectores de AENOR, sin darse a conocer, prueban el servicio objeto de la carta

servicio, en otros ámbitos, no son sino los Acuerdos de Nivel de Servicio –ANS–, tan habituales en los acuerdos contractuales entre terceros. En numerosas ocasiones, los ANS se asumen en el marco de cartas de compromiso entre empresas, empresas y clientes, o incluso entre diferentes áreas de una organización, en lo que se ha venido a llamar cartas de servicio internas.

Asumir compromisos está muy bien; pero de nada serviría si no demostramos su cumplimiento. Y se puede hacer de dos maneras. En primer lugar, la Norma UNE 93200 ya establece que las cartas de servicios deben recoger obligatoriamente la periodicidad con la que se divulguen los resultados de los compromisos. Es decir, que las organizaciones que disponen de cartas de servicios deben comunicar los resultados de sus compromisos en un ejercicio de transparencia necesario y clave, si se quiere convertir a las cartas de servicios en la potente herramienta de comunicación que son. Sin duda, una carta de servicios es una herramienta de gestión que ayuda a conseguir los objetivos –a modo de compromisos de

calidad o de Acuerdos de Nivel de Servicio– que se han asumido. Pero también son una herramienta de comunicación y de fidelización, pues la confianza generada ante el compromiso, primero, y ante la publicación de los resultados obtenidos, en segundo lugar, refuerza la imagen de la organización que desarrolla la carta.

Pero hay una segunda manera de demostrar el trabajo realizado en el desarrollo de la carta: conseguir la certificación AENOR de Cartas de Servicio.

La visión del auditor, pero también la del cliente

AENOR se ha especializado en la certificación de cartas de servicios a organizaciones de distinta naturaleza, como Administraciones Públicas, grandes corporaciones o pymes, utilizando un proceso que trata de aportar valor a las organizaciones. La auditoría anual es la parte más importante, con la participación de auditores especializados que verifican el grado de cumplimiento de los compromisos de calidad, la metodología utilizada para desarrollar la carta o el contenido de la misma. Además,

AENOR ofrece la posibilidad de auditar también el sistema de gestión de cartas de servicio para aquellas organizaciones que cuenten con un amplio abanico de cartas.

Además, como complemento de la auditoría y siempre que sea posible, se realizan inspecciones de cliente misterioso en las que inspectores de AENOR, sin darse a conocer, prueban el servicio objeto de la carta, utilizan las instalaciones, preguntan, se hacen pasar por el ciudadano que se acerca a la biblioteca o que solicita una beca, por el turista que participa en una visita guiada o por el cliente que solicita un presupuesto.

El objetivo es reforzar, con el prestigio de la Marca AENOR, la confianza que la organización ya se ha ganado asumiendo sus compromisos públicos de calidad en su Carta de Servicios.

Por mi parte, voy a asumir un compromiso con los lectores de la Revista AENOR: contestar en menos de 24 horas laborables todas las consultas que nos hagan llegar sobre la certificación AENOR de Cartas de Servicios al correo electrónico nservicios@aenor.com ■