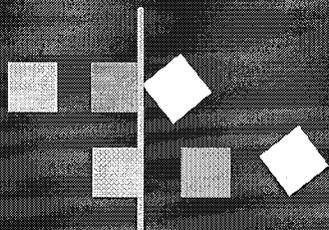


Herramientas

de

Medición del servicio



Santiago de Compostela

Abril, 2006

# Índice

- 1 Sistema de encuestación
- 2 Sistema de quejas y sugerencias
- 3 Sistema de Indicadores



# 1. Sistema de encuestación

- Qué es
- Objetivos
- Alcance
- Factores de éxito
- Organización
- Análisis de la información
- Difusión de la información
- Seguimiento de la información
- Fases para su desarrollo
- Taller práctico



# Qué es



Método de trabajo organizado que permite conocer la opinión del cliente y medir su satisfacción sobre la globalidad del servicio, equipamientos e instalaciones de la empresa; y con base a esta información actuar para la mejora continua.



## Objetivos



- ▶ Conocer la opinión del cliente sobre los servicios que ofrece la empresa e introducir esta opinión en el proceso de toma de decisiones de la empresa.
- ▶ Impulsar la mejora continua de la gestión del servicio ofrecido al cliente guiada por las opinión realizadas por éste.
- ▶ Hacer un seguimiento sistemático de los niveles de satisfacción finales de los clientes.



## Objetivos



- ▶ Permite diferenciar los productos y servicios ofrecidos al mercado mediante a su adaptación continua a las necesidades y expectativas de los clientes.
- ▶ Completa al resto de herramientas de gestión de la calidad.
- ▶ Es un factor determinante para conocer la opinión del cliente permanentemente



# Alcance

Repercusión de la implantación de un Sistema de medición de la satisfacción en una empresa:



- ▶ Afecta a todas las Unidades de servicio y Servicios actuales de la empresa.
- ▶ Afecta a todas las personas relacionadas con la empresa



## Factores de éxito



- ▶ Diseñar un cuestionario práctico y adaptado
- ▶ Conseguir el número máximo de cuestionarios cumplimentados correctamente por los clientes:
  - Incentivar al cliente para su cumplimentación
  - Facilitar el acceso a los cuestionarios
  - Asegurar confidencialidad en el tratamiento
- ▶ Interpretación y uso de los resultados generados por el cliente.
- ▶ Difusión de la información



# Organización



Las funciones del Responsable son:

- ▶ Supervisión de la correcta aplicación del Sistema de forma sistemática.
- ▶ Análisis de resultados
- ▶ Obtención de conclusiones
- ▶ Definición de acciones de mejora

## Análisis de la información

Se definirá una rutina de análisis de resultados que consistirá en:



- ▶ Análisis periódicos de los cuestionarios recogidas.
  - Por periodos
  - Por lugar de procedencia (si procede)
- ▶ Realización de diferentes análisis de los datos obtenidos:
  - General del establecimiento
  - Comparativos entre diferentes áreas de gestión (limpieza, acogida de clientes, comercialización...).
- ▶ Mantener reuniones para el seguimiento de la opinión del cliente.

## Difusión de la información

Una vez obtenidos los resultados de la implantación del Sistema de medición de la satisfacción, se deberá: Difundir la información periódicamente entre las personas vinculadas con la empresa.



## Seguimiento de la información



- ▶ Si el Servicio en cuestión es insatisfactorio para el cliente, se podrá establecer el comparativo entre meses para comprobar si se repite constantemente y emprender, en su caso, acciones de mejora que se ocupen de su corrección.
- ▶ Según el tipo de insatisfacción recogida del cuestionario, se podrán realizar acciones preventivas o correctivas.



## Fases para su desarrollo

- 1 Sesión de arranque
- 2 Diseñar los cuestionarios
- 4 Distribución de los cuestionarios
- 5 Recopilación y validación
- 6 Tabulación de datos
- 7 Elaboración de informes
- 8 Edición y difusión del informe



## Taller práctico

Grupos de trabajo para el diseño de un sistema de encuestación

## 2. Sistema de quejas y sugerencias

- Qué es
- Alcance
- Características
- Factores de éxito
- Objetivos
- Fuentes de información
- Fases para su desarrollo
- Taller práctico



## Qué es

Es una herramienta organizativa que permite recopilar y tener en cuenta la opinión de los clientes con la finalidad de:

- ▶ Recopilar todas las informaciones relevantes del cliente tanto positivas como negativas.
- ▶ Mejorar la atención y el servicio al cliente
- ▶ Personalizar el servicio
- ▶ Recuperar la satisfacción de los clientes que hayan percibido problemas en el servicio.



## Alcance

- ▶ Afecta a todas las áreas de gestión y servicios de la empresa.

### Fuentes de Información del Sistema:

- ▶ Quejas y sugerencias verbales de clientes
- ▶ Quejas y sugerencias formalizadas de clientes

El director de la empresa dispone de información completa y en tiempo real sobre Q y S como herramienta de calidad y decisión estratégica.



# Características

Ágil y eficaz

Completo

Documentado

Adaptable a los cambios



## Características

### Clientes

- ▶ Identificar situaciones de insatisfacción y recuperar su confianza y reconocimiento.
- ▶ Mejorar la atención y el servicio final
- ▶ Personalizar el servicio
- ▶ Resolver situaciones adversas desde el personal

### Empresa

- ▶ Incrementar el índice de fidelización de clientes
- ▶ Alimentar el Plan de mejora
- ▶ Potenciar el espíritu de mejora continua

## Factores de éxito

Para implantar el Método de Q y S con éxito se recomienda:

- Diseñar soportes prácticos
- Incentivar la participación del cliente.
- Interpretar objetivamente la información obtenida.

# Objetivos

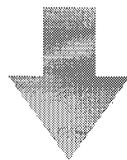
Existen tres categorías de objetivos en función de su enfoque:

- Objetivos relacionados directamente con el cliente
- Objetivos relativos a empleados
- Objetivos relativos al establecimiento en su conjunto

## Fuentes de información

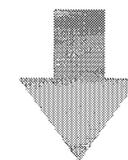
El Método de quejas y sugerencias se nutre de diversas fuentes de información, tanto internas como externas, pero las dos principales son los clientes y el personal del establecimiento.

### Fuentes de información del Método QyS



#### QyS verbales

- Clientes



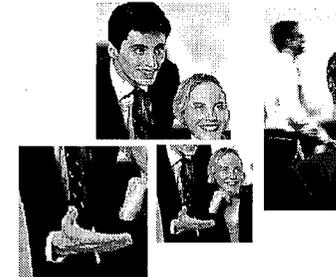
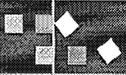
#### QyS formales

- Clientes
- Personal



## Fases para su desarrollo

- 1 Definir el alcance del Sistema
- 2 Diseñar los formularios de recopilación de información
- 3 Identificar situaciones críticas
- 4 Definir guías de actuación (Manual de estilo)
- 5 Promocionar el Sistema entre los clientes
- 6 Hacer el seguimiento de la aplicación



## Taller práctico

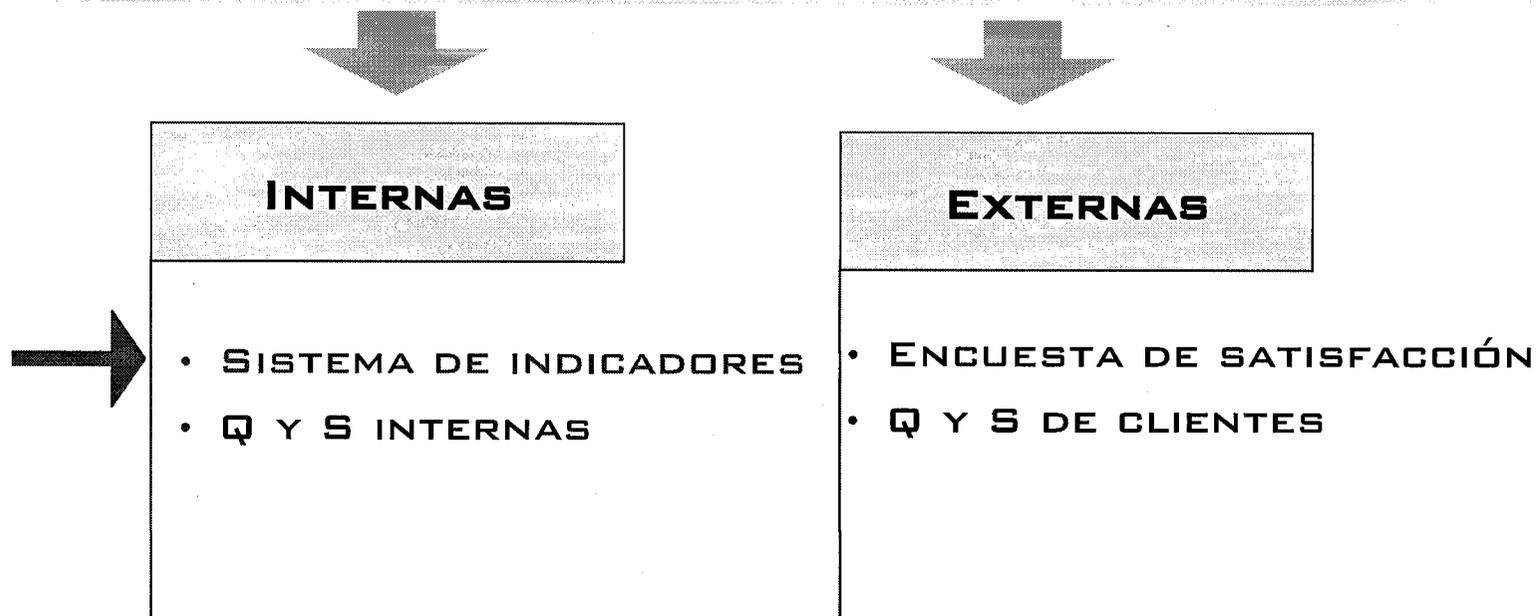
Grupos de trabajo para el diseño de un sistema de quejas  
y sugerencias

## 3. Sistema de indicadores

- LOCALIZACIÓN
- QUÉ ES UN SISTEMA DE INDICADORES
- QUÉ ES UN INDICADOR
- FINALIDAD DE UN INDICADOR
- CARACTERÍSTICAS
- COMPONENTES
- TIPOS DE INDICADORES
- SELECCIÓN DE INDICADORES
- VENTAJAS DE UN SISTEMA DE INDICADORES
- FASES PARA SU DESARROLLO
- TALLER PRÁCTICO

# Localización

## FUENTES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA DE CALIDAD



# Qué es un sistema de indicadores

**HERRAMIENTA DE MEDICIÓN QUE PERMITE REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE LA CALIDAD QUE SE ESTÁ OFRECIENDO AL CLIENTE, ASÍ COMO LAS DESVIACIONES QUE SE PUEDEN SUFRIR EN EL SERVICIO.**

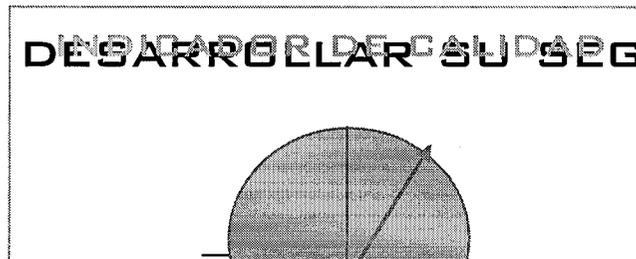
**DE ESTA FORMA, LOS INDICADORES PERMITIRÁN TOMAR MEDIDAS PREVENTIVAS Y/O CORRECTORAS PARA ASEGURAR LA MEJORA EN EL TIEMPO.**

# Qué es un indicador

**PARÁMETRO NUMÉRICO QUE MIDE DE MANERA ESPECÍFICA Y REPETITIVA**

**CÓMO SE ESTÁ DESARROLLANDO UNA ACTIVIDAD, PROCESO O SERVICIO FINAL:**

- ✓ **MIDE EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS**
- ✓ **MIDE Y ANALIZA LOS PUNTOS CLAVE EN LA REALIZACIÓN DE UN SERVICIO OFRECIDO AL CLIENTE**
- ✓ **PERMITE DESARROLLAR SU SEGUIMIENTO**



## Finalidad de un indicador

- **DETERMINAR DE MANERA CONTINUA, PERIÓDICA Y PUNTUAL CÓMO SE REALIZAN PROCESOS Y SE PRESTAN SERVICIOS FINALES**
- **AVISAR CUANDO UNA ACTIVIDAD SOMETIDA A ESTUDIO NO ESTÁ CUMPLIENDO LO ESTABLECIDO**
- **DETECTAR LAS CAUSAS DE LA NO CALIDAD EN LOS PUNTOS CRÍTICOS**
- **SERVIR COMO INSTRUMENTO PARA EL SISTEMA DE INDICADORES**



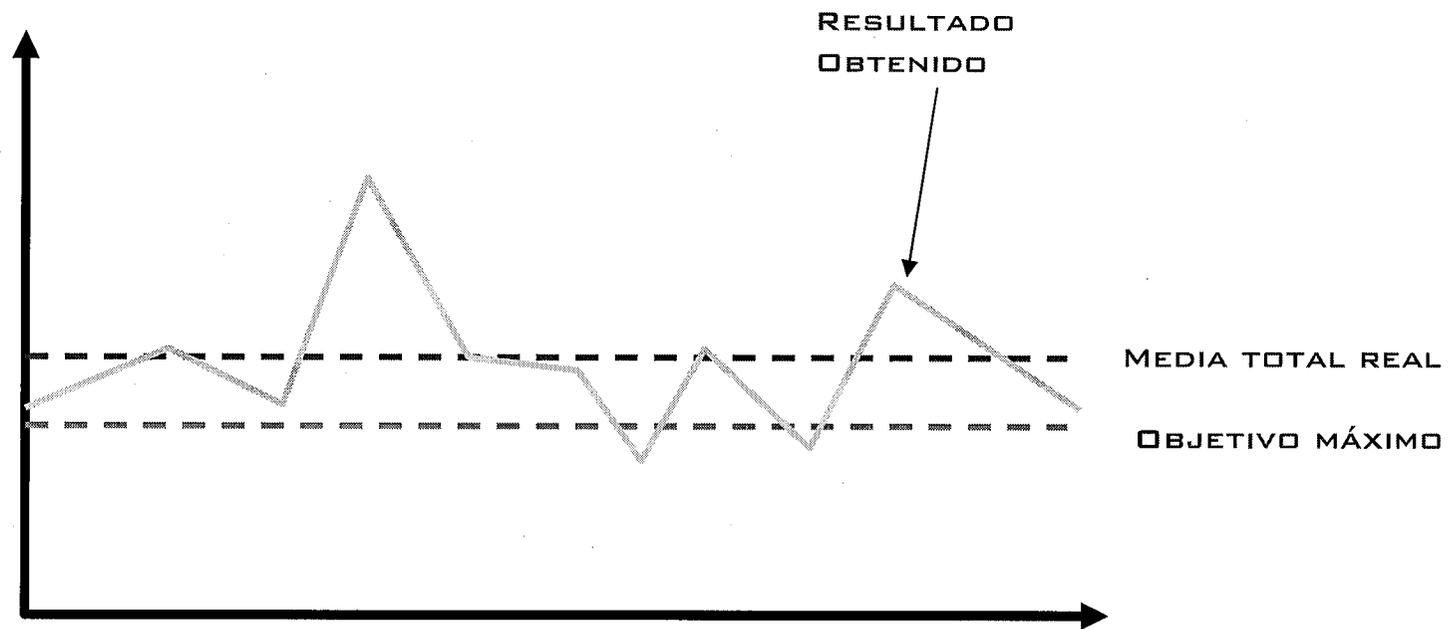
## Características

- FÁCIL DE INTERPRETAR
- MEDIBLE NUMÉRICAMENTE
- OBJETIVO
- FIABLE
- CONCRETO
- LLEVA UN COSTE ASOCIADO
- SE ACTIVA Y DESACTIVA EN FUNCIÓN A LOS SIGUIENTES CRITERIOS:
  - ✓ EL TIPO DE INFORMACIÓN A RECOPIRAR Y LOS COSTES ASOCIADOS A LA RECOPIACIÓN DE DATOS
  - ✓ LA MEDICIÓN DEBE SER LO SUFICIENTEMENTE LARGA COMO PARA QUE LA INFORMACIÓN SEA REPRESENTATIVA
  - ✓ LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN PUEDE SER PERMANENTE, PERIÓDICA U OCASIONAL, EN FUNCIÓN DE LA ACTIVIDAD A MEDIR

## Componentes de un indicador

LO QUE SE QUIERE  
MEDIR:

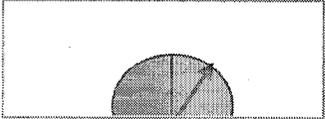
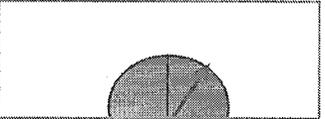
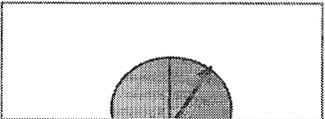
Nº DESVIACIONES,  
SUGERENCIAS, AVERÍAS,  
MINUTOS



FRECUENCIA DE MEDICIÓN:

DÍAS, SEMANAS, MESES....

## Componentes de un indicador

 <b>INDICADOR DE CALIDAD DEL PROCESO</b>	 <b>INDICADOR DE CALIDAD DE PRODUCTO/SERVICIO</b>	 <b>INDICADOR DE PERCEPCIÓN DEL CLIENTE</b>
<p>REFLEJAN EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS ESPECIFICACIONES PREVISTAS EN LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES.</p> <p>SE BASA EN DATOS GENERADOS EN LA REALIZACIÓN DE DICHAS ACTIVIDADES.</p>	<p>REFLEJAN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO FINAL ENTREGADO AL CLIENTE.</p> <p>SE BASA EN DATOS DE INSPECCIÓN O VERIFICACIÓN RECOGIDOS INTERNAMENTE.</p>	<p>REFLEJAN LA OPINIÓN DEL CLIENTE RESPECTO AL PRODUCTO O SERVICIO RECIBIDO.</p> <p>SE RECOGEN A TRAVÉS DE ENCUESTAS O MÉTODOS AFINES.</p>



# Tipos de indicadores

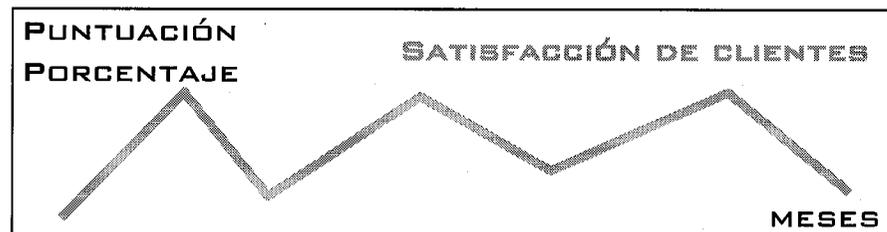
➤ **DE CALIDAD DEL PROCESO**



➤ **DE CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO**



➤ **DE PERCEPCIÓN DEL CLIENTE**





# Selección de indicadores

- ✓ EN AQUELLOS PROCESOS QUE SEAN MÁS CRÍTICOS POR LA INFLUENCIA QUE TIENEN EN LA CALIDAD DE SERVICIO
- ✓ EN AQUELLOS PROCESOS QUE SEAN MÁS CRÍTICOS POR LA INFLUENCIA QUE PUEDEN TENER EN LOS RESULTADOS DEL NEGOCIO.
- ✓ EN AQUELLOS PROCESOS Y SERVICIOS QUE ESTÉN POR DEBAJO DEL NIVEL DE PRESTACIONES ESTABLECIDOS.
- ✓ EN AQUELLOS PROCESOS Y SERVICIOS QUE ESTÉN POR DEBAJO DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES.

## Ventajas de indicadores

**LA IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES PRESENTA UNA SERIE DE VENTAJAS:**

- ✓ **LA MEDICIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN, PERMITE ACTUAR CON RAPIDEZ.**
- ✓ **EL PERSONAL QUE REALIZA LA ACTIVIDAD DE REGISTRO TIENE MAYOR CONTROL SOBRE EL PROCESO Y/O SERVICIO, POR LO QUE FOMENTA SU INVOLUCRACIÓN EN EL SISTEMA DE CALIDAD.**
- ✓ **PERMITE MEDIR ASPECTOS DE COMUNICACIÓN Y RELACIÓN INTERDEPARTAMENTAL QUE NO ESTÁN CONTEMPLADOS EN OTRAS HERRAMIENTAS.**

## Análisis de resultados

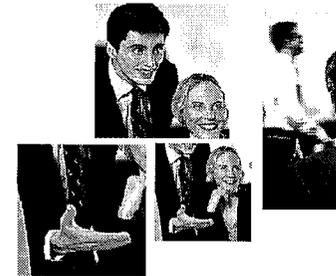
**DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE INDICADORES SE CONSIGUE:**

- ✓ **CONOCER VALORES MEDIOS O ACUMULADOS**
- ✓ **COMPARAR RESULTADOS CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS**
- ✓ **ESTABLECER LÍMITES DE ADMISIBILIDAD Y ALARMA**
- ✓ **PONER EN MARCHA ACTUACIONES DE MEJORA CUANDO SE HAYAN SUPERADO LOS LÍMITES ADMISIBLES**
- ✓ **DEFINIR OBJETIVOS QUE, A TRAVÉS DE PLANES DE MEJORA, SE PUEDAN ALCANZAR**



## Fases para su desarrollo

- 1 Presentación de la iniciativa
- 2 Identificación y selección de indicadores
- 3 Caracterización de indicadores
- 4 Recogida de datos
- 5 Explotación de datos
- 6 Interpretación de resultados
- 7 Difusión de resultados



## Taller práctico

Grupos de trabajo para el diseño de un sistema de indicadores