

Traducción oficial
Official translation
Traduction officielle

Primera edición
2012-09-15

**Gestión de la calidad — Satisfacción
del cliente — Directrices para el
seguimiento y la medición**

*Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for
monitoring and measuring*

*Management de la qualité — Satisfaction du client — Lignes
directrices relatives à la surveillance et au mesurage*

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

ISO 10004:2012

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>

Publicado por la Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza, como traducción oficial en español avalada por el *Translation Working Group*, que ha certificado la conformidad en relación con las versiones inglesa y francesa.



Número de referencia
ISO 10004:2012 (traducción oficial)

iTeh STANDARD PREVIEW (standards.iteh.ai)

ISO 10004:2012

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>



DOCUMENTO PROTEGIDO POR COPYRIGHT

© ISO 2012

Reservados los derechos de reproducción. Salvo prescripción diferente, no podrá reproducirse ni utilizarse ninguna parte de esta publicación bajo ninguna forma y por ningún medio, electrónico o mecánico, incluidos el fotocopiado, o la publicación en Internet o una Intranet, sin la autorización previa por escrito. La autorización puede solicitarse a ISO en la siguiente dirección o al organismo miembro de ISO en el país solicitante.

ISO copyright office
Case postale 56 • CH-1211 Geneva 20
Tel. + 41 22 749 01 11
Fax + 41 22 749 09 47
E-mail copyright@iso.org
Web www.iso.org

Publicado en Suiza

Traducción oficial/Official translation/Traduction officielle

© ISO 2012 – Todos los derechos reservados

Índice

Página

Prólogo	v
Introducción	vii
1 Objeto y campo de aplicación	1
2 Referencias normativas	1
3 Términos y definiciones	1
4 Concepto y principios guía	2
4.1 Generalidades	2
4.2 Concepto de satisfacción del cliente	2
4.3 Principios guía	3
4.3.1 Comprensión	3
4.3.2 Integridad	3
4.3.3 Relevancia	3
4.3.4 Oportunidad	3
4.3.5 Comunicación	3
4.3.6 Continuidad	3
4.3.7 Receptividad	3
4.3.8 Transparencia	3
4.3.9 Rendición de cuentas	3
4.3.10 Compromiso	3
5 Marco de trabajo para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente	3
6 Planificación	4
6.1 Definición del propósito y los objetivos	4
6.2 Determinación del alcance y la frecuencia	4
6.3 Determinación de los métodos de implementación y las responsabilidades	5
6.4 Asignación de recursos	5
7 Operación	5
7.1 Generalidades	5
7.2 Identificación de las expectativas del cliente	6
7.2.1 Identificación de los clientes	6
7.2.2 Determinación de las expectativas del cliente	6
7.3 Recopilación de los datos de la satisfacción del cliente	6
7.3.1 Identificación y selección de las características relacionadas con la satisfacción del cliente	6
7.3.2 Indicadores indirectos de la satisfacción del cliente	7
7.3.3 Mediciones directas de la satisfacción del cliente	7
7.3.4 Recopilación de los datos de la satisfacción del cliente	8
7.4 Análisis de los datos de la satisfacción del cliente	9
7.4.1 Generalidades	9
7.4.2 Preparación de los datos para el análisis	9
7.4.3 Determinación del método de análisis	9
7.4.4 Realización del análisis	10
7.4.5 Validación del análisis	10
7.4.6 Informe de resultados y recomendaciones	10
7.5 Comunicación de la información de la satisfacción del cliente	10
7.6 Seguimiento de la satisfacción del cliente	11
7.6.1 Generalidades	11
7.6.2 Examen de los clientes seleccionados y de los datos recopilados	11
7.6.3 Examen de la información sobre la satisfacción del cliente	11
7.6.4 Seguimiento de las acciones tomadas para mejorar la satisfacción del cliente	11
7.6.5 Evaluación de la eficacia de las acciones tomadas	12
8 Mantenimiento y mejora	12

Anexo A (normativo) Modelo conceptual de satisfacción del cliente	14
Anexo B (normativo) Identificación de las expectativas del cliente	16
Anexo C (normativo) Medición directa de la satisfacción del cliente	19
Anexo D (normativo) Análisis de los datos de la satisfacción del cliente	24
Anexo E (normativo) Utilización de la satisfacción del cliente	29
Anexo F (informativo) Relación entre esta Norma Internacional, la Norma ISO 10001, la Norma ISO 10002 y la Norma ISO 10003	31
Bibliografía	33

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

ISO 10004:2012

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>

Prólogo

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de las normas internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) en todas las materias de normalización electrotécnica.

Las normas internacionales se redactan de acuerdo con las reglas establecidas en la Parte 2 de las Directivas ISO/IEC.

La tarea principal de los comités técnicos es preparar normas internacionales. Los proyectos de normas internacionales adoptados por los comités técnicos se envían a los organismos miembros para votación. La publicación como norma internacional requiere la aprobación por al menos el 75% de los organismos miembros que emiten voto.

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos de los elementos de este documento puedan estar sujetos a derechos de patente. ISO no asume la responsabilidad por la identificación de cualquiera o todos los derechos de patente.

La Norma ISO 10004 fue preparada por el Comité Técnico ISO/TC 176, *Gestión y aseguramiento de la calidad*, Subcomité SC 3, *Técnicas de apoyo*.

Esta primera edición de la Norma ISO 10004 anula y sustituye a la ISO/TS 10004:2010 que ha sido revisada técnicamente.

STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)
ISO 10004:2012
<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>

Prólogo de la versión en español

Esta Norma Internacional ha sido traducida por el Grupo de Trabajo *Spanish Translation Task Force STTF* del Comité Técnico ISO/TC 176, *Gestión y aseguramiento de la calidad*, en el que participan representantes de los organismos nacionales de normalización y representantes del sector empresarial de los siguientes países:

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Estados Unidos de América, México, Perú y Uruguay.

Igualmente, en el citado Grupo de Trabajo participan representantes de COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas) y de INLAC (Instituto Latinoamericano de Aseguramiento de la Calidad).

Esta traducción es parte del resultado del trabajo que el Grupo ISO/TC 176 viene desarrollando desde su creación en el año 1999 para lograr la unificación de la terminología en lengua española en el ámbito de la gestión de la calidad.

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

ISO 10004:2012

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>

Introducción

0.1 Generalidades

Uno de los elementos clave del éxito de las organizaciones es la satisfacción del cliente con la organización y sus productos. Por lo tanto, es necesario realizar el seguimiento y medir la satisfacción del cliente.

La información obtenida del seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente puede ayudar a identificar oportunidades para la mejora de las estrategias de la organización, los productos, los procesos y las características que son valiosas para los clientes, y servir a los objetivos de la organización. Tales mejoras pueden fortalecer la confianza del cliente y dar como resultado beneficios comerciales y de otro tipo.

Esta Norma Internacional proporciona orientación a la organización al establecer procesos eficaces para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente.

0.2 Relación con la Norma ISO 9001:2008

Esta Norma Internacional es compatible con la Norma ISO 9001:2008 y da apoyo a los objetivos de esa norma proporcionando orientación sobre el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Puede ayudar a tratar capítulos específicos de la Norma ISO 9001:2008 relacionados con la satisfacción del cliente, concretamente:

- a) El apartado 5.2 de la Norma ISO 9001:2008, sobre enfoque al cliente: “La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.”
- b) El [apartado 6.1](#) b) de la Norma ISO 9001:2008 sobre gestión de los recursos: “La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios (...) para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.”
- c) El [apartado 7.2.3](#) c) de la Norma ISO 9001:2008 sobre comunicación con el cliente: “La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas (...) c) la retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.”
- d) El apartado 8.2.1 de la Norma ISO 9001:2008 sobre satisfacción del cliente: “Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.”
- e) El apartado 8.4 de la Norma ISO 9001:2008 sobre análisis de datos: “La organización debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar dónde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y medición y de cualesquiera otras fuentes pertinentes. El análisis de datos debe proporcionar información sobre: (...) la satisfacción del cliente (...).”

Esta Norma Internacional también se puede utilizar de manera independiente a la Norma ISO 9001.

0.3 Relación con la Norma ISO 9004:2009

Esta Norma Internacional también es compatible con la Norma ISO 9004:2009, que proporciona orientación sobre la gestión para el éxito sostenido de una organización. Esta Norma Internacional complementa la siguiente orientación dada en:

- [Capítulo B.2](#) de la Norma ISO 9004:2009 sobre el enfoque al cliente, y
- apartados 8.3.1 y 8.3.2 de la Norma ISO 9004:2009 sobre la determinación de las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes.

0.4 Relación con las Normas ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003

Esta Norma Internacional es compatible con la Normas ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003. Estas cuatro normas internacionales pueden ser usadas, ya sean independientemente o en conjunto. Cuando se usan en conjunto las normas internacionales ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003 y esta Norma Internacional pueden ser parte de un marco de referencia más amplio e integrado para aumentar la satisfacción del cliente a través de códigos de conducta, tratamiento de quejas, resolución de conflictos y seguimiento y medición de la satisfacción el cliente (véase el [Anexo F](#)).

La Norma ISO 10001 contiene orientación sobre los códigos de conducta de las organizaciones relativos a la satisfacción del cliente. Estos códigos pueden disminuir la probabilidad de que surjan problemas y pueden eliminar las causas de quejas y conflictos que pueden disminuir la satisfacción del cliente.

La Norma ISO 10001 y esta Norma Internacional pueden usarse en conjunto. Las directrices dadas en esta Norma Internacional pueden apoyar el establecimiento y la implementación de códigos de conducta. Por ejemplo los procesos descritos en esta Norma Internacional pueden ayudar a la organización en el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente con estos códigos de conducta (véase la Norma ISO 10001:2007, 8.3). Del mismo modo, los códigos de conducta pueden ayudar a la organización en los procesos de definición e implementación de los procesos de seguimiento y medición de la satisfacción del cliente. Por ejemplo, una organización puede establecer un código de conducta con respecto a la confidencialidad de la información del cliente en el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente.

La Norma ISO 10002 contiene orientación sobre el tratamiento interno de las quejas relacionadas con el producto. Esta orientación puede ayudar a preservar la satisfacción del cliente y su fidelidad resolviendo las quejas de manera eficaz y eficiente.

La Norma ISO 10002 y esta Norma Internacional pueden usarse en conjunto. Las directrices dadas en esta Norma internacional pueden apoyar el establecimiento y la implementación de procesos de tratamiento de quejas, por ejemplo los procesos descritos en esta Norma Internacional puede ayudar a la organización en el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente con el procesos de tratamiento de quejas (véase la Norma ISO 10002:2004, 8.3). Del mismo modo, los procesos de tratamiento de quejas pueden ser usados para el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente. Por ejemplo la frecuencia y tipo de queja puede ser un indicador indirecto de la satisfacción del cliente (véase [7.3.2](#)).

La Norma ISO 10003 contiene orientación sobre la resolución de conflictos relativos a las quejas relacionadas con el producto que podrían no haberse resuelto satisfactoriamente de manera interna. La Norma ISO 10003 puede ayudar a minimizar la insatisfacción del cliente originada por quejas sin resolver.

La Norma ISO 10003 y esta Norma Internacional pueden usarse en conjunto. Las directrices dadas en esta Norma Internacional pueden apoyar el establecimiento y la implementación de un proceso de resolución de conflictos. Por ejemplo, los procesos descritos en esta Norma Internacional puede ayudar a la organización en el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente con el proceso de resolución de conflictos (véase la Norma ISO 10003:2007, 8.3.2). Del mismo modo, la información del proceso de resolución de conflictos puede usarse para el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente. Por ejemplo, la frecuencia y naturaleza de conflictos puede ser un indicador indirecto de la satisfacción del cliente (véase [7.3.2](#)). En conjunto las Normas ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003, proporcionan orientación que puede ayudar a minimizar la insatisfacción del cliente y aumentar la satisfacción del cliente. Esta Norma Internacional complementa a las Normas ISO 10001, ISO 10002 e ISO 10003 proporcionando orientación sobre el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente. La información obtenida puede llevar a que la organización emprenda acciones que ayuden a mantener o a aumentar la satisfacción del cliente

Gestión de la calidad — Satisfacción del cliente — Directrices para el seguimiento y la medición

1 Objeto y campo de aplicación

Esta Norma Internacional proporciona orientación al definir e implementar procesos para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente.

Esta Norma Internacional está prevista para su uso por organizaciones cualquiera que sea su tipo, tamaño o producto que proporciona. Esta Norma Internacional se centra en los clientes externos a la organización.

2 Referencias normativas

Las normas que a continuación se indican son indispensables para la aplicación de esta norma. Para las referencias con fecha, sólo se aplica la edición citada. Para las referencias sin fecha se aplica la última edición de la norma (incluyendo cualquier modificación de ésta).

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

3 Términos y definiciones

Para los fines de este documento, se aplican los términos y definiciones incluidos en la Norma ISO 9000:2005 además de los siguientes: [ISO 10004:2012](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012)

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>

3.1

producto

resultado de un proceso

Nota 1 a la entrada: Un producto puede ser un servicio, software, hardware o un material procesado.

Nota 2 a la entrada: Adaptada de la definición 3.4.2 de la Norma ISO 9000:2005, cuyas tres notas originales se han condensado en la Nota 1.

3.2

cliente

organización o persona que recibe un producto

Nota 1 a la entrada: Los “clientes” pueden incluir a otras partes interesadas que podrían verse afectadas por los productos proporcionados por la organización y que podrían influir en el éxito de la organización.

Nota 2 a la entrada: Aunque el cliente puede ser interno o externo a la organización, esta Norma Internacional se centra en el cliente externo.

Nota 3 a la entrada: Adaptado de la definición 3.3.5 de la Norma ISO 9000:2005, cuya nota original se ha ampliado en las Notas 1 y 2.

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

3.3

satisfacción del cliente

percepción del cliente sobre el grado en que sus expectativas se han cumplido

Nota 1 a la entrada: La definición de satisfacción del cliente difiere de la existente en la Norma ISO 9000:2005 en que las provisiones de esta Norma Internacional están previstas para ayudar en la identificación de todas las expectativas del cliente desde el punto de vista de la visión cliente del producto esperado, mientras que la definición en la Norma ISO 9000:2005 involucra el entendimiento de la organización de los requisitos del cliente.

3.4

organización

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

Nota 1 a la entrada: Adaptada de la Norma ISO 9000:2005, 3.3.1 las notas se han eliminado.

EJEMPLO Compañía, corporación, firma, empresa, institución, institución de beneficencia, empresa unipersonal, asociación, agencia gubernamental, organización no gubernamental o una combinación de las anteriores.

3.5

queja

expresión de insatisfacción hecha a una organización (3.4), con respecto a sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita

[FUENTE: ISO 10002:2004, definición 3.2]

Nota 1 a la entrada: Las quejas se pueden hacer en relación con el proceso de seguimiento y medición de la satisfacción del cliente (3.3).

ITEH STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

4 Concepto y principios guía

ISO 10004:2012

4.1 Generalidades

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/3e2a0a04-1e78-45fd-a3b7-f43f5cc24752/iso-10004-2012>

El concepto de satisfacción del cliente expresado en 4.2 y los principios guía especificados en 4.3 proporcionan las bases para procesos eficientes y efectivos para el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente.

4.2 Concepto de satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se determina mediante la diferencia existente entre las expectativas del cliente y la percepción que tiene el cliente del producto según lo entrega la organización, y los aspectos relativos a la organización.

Para lograr la satisfacción del cliente la organización debería, en primer lugar, entender las expectativas del cliente. Estas expectativas pueden ser explícitas o implícitas, o no estar articuladas completamente.

Las expectativas del cliente, según las entiende la organización, forman la base principal del producto que subsecuentemente se planifica y entrega.

El grado en que el cliente percibe que el producto entregado y otros aspectos organizacionales cumple o supera sus expectativas determina el grado de satisfacción del cliente.

Es importante distinguir entre el punto de vista de la organización con respecto a la calidad del producto entregado y la percepción del cliente sobre el producto entregado y otros aspectos organizacionales, porque es esta última quien rige la satisfacción del cliente. La relación entre el punto de vista de la organización y el del cliente acerca de la calidad se describe en mayor profundidad en el modelo conceptual de la satisfacción del cliente, que se presenta en el [Anexo A](#).

Dado que la satisfacción del cliente está sujeta a cambios, la organización debería establecer procesos para realizar el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente con regularidad.

4.3 Principios guía

4.3.1 Comprensión

La organización debería comprender de forma clara y completa las expectativas del cliente y su percepción de cómo se han satisfecho aquellas expectativas.

4.3.2 Integridad

La organización debería asegurarse de la pertinencia, exactitud y totalidad de los datos relativos a la satisfacción del cliente.

4.3.3 Relevancia

La información derivada de los datos de la satisfacción del cliente debería ser significativa y útil.

4.3.4 Oportunidad

La recopilación y difusión de la información debería realizarse en el momento apropiado, coherente con los objetivos de la organización.

4.3.5 Comunicación

La organización debería asegurarse de que la información de la satisfacción del cliente se comunica a las partes interesadas, según corresponda.

4.3.6 Continuidad

La organización debería asegurarse de que el seguimiento de la satisfacción del cliente se lleva a cabo y es continuo.

4.3.7 Receptividad

La información de la satisfacción del cliente debería usarse como la base para la acción de apoyo al logro de los objetivos de la organización.

4.3.8 Transparencia

La información pertinente de la satisfacción del cliente y las acciones resultantes deberían compartirse con los consumidores.

4.3.9 Rendición de cuentas

La organización debería establecer y mantener la actividad de rendir cuentas para las decisiones y acciones tomadas respecto al seguimiento y medición de la satisfacción del cliente.

4.3.10 Compromiso

La organización debería comprometerse activamente para definir e implementar los procesos de seguimiento y medición de la satisfacción del cliente.

5 Marco de trabajo para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente

La organización debería establecer un enfoque sistemático para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Este enfoque debería estar respaldado por un marco de trabajo de la organización que permita la planificación, la operación, el mantenimiento y la mejora de los procesos para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente.

La planificación incluye la determinación de los métodos de implementación, y la asignación de los recursos necesarios (véase el [Capítulo 6](#)).

La operación incluye la identificación de las expectativas del cliente, la recopilación y el análisis de los datos sobre la satisfacción del cliente, proporcionando retroalimentación para la mejora y el seguimiento de la satisfacción del cliente (véase el [Capítulo 7](#)).

El mantenimiento y la mejora incluyen la revisión, evaluación y mejora continua de los procesos para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente (véase el [Capítulo 8](#)).

6 Planificación

6.1 Definición del propósito y los objetivos

Como primer paso, la organización debería definir claramente el propósito y los objetivos del seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente, los cuales pueden incluir por ejemplo lo siguiente:

- evaluar la respuesta del cliente a productos existentes, nuevos o rediseñados;
- obtener información sobre aspectos específicos tales como los procesos de apoyo, el comportamiento del personal o de la organización;
- investigar las razones de las quejas de los clientes;
- investigar las razones de la pérdida de clientes o de la disminución de la participación en el mercado;
- realizar el seguimiento de las tendencias en la satisfacción del cliente;
- comparar la satisfacción del cliente con respecto a otras organizaciones.

El propósito y los objetivos influyen en qué, cuándo, cómo y de quién se recopilan los datos. También influyen en la manera de analizar los datos y en cómo se utilizará finalmente la información.

Los objetivos de seguimiento y medición de la satisfacción del cliente deberían definirse de tal manera que su cumplimiento pueda medirse usando los indicadores de desempeño como se especifica por la organización.

6.2 Determinación del alcance y la frecuencia

Basándose en el propósito y los objetivos, la organización debería determinar el alcance de las mediciones planificadas, en términos tanto del tipo de datos que se buscan como de dónde obtenerlos.

El tipo de información que se busca abarca desde datos relativos a una característica específica, hasta la evaluación de la satisfacción global. Asimismo, el alcance de la evaluación depende del tipo de segmentación, tal como:

- por cliente,
- por región,
- por periodo de tiempo,
- por mercado, o
- por producto.

La organización también debería determinar la frecuencia de recopilación de los datos, que puede ser sobre una base regular, ocasional o ambas, según las necesidades del negocio o para eventos específicos (véase [7.3](#)).

6.3 Determinación de los métodos de implementación y las responsabilidades

Cierta información relativa a la satisfacción del cliente se podría obtener de manera indirecta de los procesos internos de la organización (por ejemplo: el tratamiento de las quejas de los clientes) o de fuentes externas (por ejemplo: informes en los medios de comunicación). Generalmente la organización necesita completar esa información con datos obtenidos directamente de los clientes.

La organización debería determinar cómo se va a obtener la información de la satisfacción del cliente y quién es responsable de esa actividad. La organización también debería determinar a quién se va a dirigir la información para que se tomen las acciones apropiadas.

La organización debería planificar el seguimiento de los procesos para obtener y utilizar la información relativa a la satisfacción del cliente, así como de los resultados y la eficacia de estos procesos.

6.4 Asignación de recursos

La organización debería determinar y proporcionar los recursos humanos competentes necesarios y de otro tipo para planificar, realizar el seguimiento y medir la satisfacción del cliente.

7 Operación

7.1 Generalidades

Para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente la organización debería:

- identificar las expectativas del cliente;
- recopilar los datos sobre la satisfacción del cliente;
- analizar los datos sobre la satisfacción del cliente;
- comunicar información de la satisfacción del cliente;
- realizar el seguimiento de la satisfacción del cliente de manera continua.

Estas actividades y sus relaciones se representan en la [Figura 1](#), y se describen en los apartados [7.2](#) a [7.6](#).



Figura 1 — Seguimiento y medición de la satisfacción del cliente