

## Relacionamiento con el Consumidor

La empresa debe promover la calidad de la atención de consumidores y clientes, antes, durante y después de la venta o prestación del servicio. Ella debe implementar también la mejora de la confiabilidad, eficiencia, seguridad de los productos y servicios.

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa mantiene abierto un canal de relacionamiento para solucionar demandas; monitorea el plazo en que son respondidas las respuestas ofrecidas; pone a disposición de los clientes /consumidores información sobre sus derechos y deberes; mantiene un servicio de atención dirigido a la solución de demandas relacionadas al producto o servicio.	31.1.1 La empresa cuenta con un canal de relacionamiento para resolución de demandas de clientes/ consumidores.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.1.2 La empresa monitorea que las respuestas a las demandas de clientes/ consumidores sean brindadas con rapidez y/o solucionadas.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.1.3 La empresa confirma que no ha tenido, en los últimos tres años, campañas o piezas publicitarias retiradas de los medios de comunicación por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada u otras partes interesadas.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa mantiene activos los canales de comunicación como mecanismos para recibir y direccionar sugerencias, opiniones y para medir el grado de satisfacción del consumidor/ cliente.	31.2.1 La empresa ofrece un canal de fácil acceso, con mecanismos para recibir y dirigir sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios, y mide la satisfacción de sus clientes /consumidores de forma regular.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.2.2 La empresa cuenta con una persona/área responsable de los temas del consumidor/ cliente.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.2.3 La empresa promueve el entrenamiento de sus profesionales de atención, para garantizar una atención ágil y una relación ética de respeto a los derechos del consumidor/ cliente.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa mantiene en actividades procesos que monitorean el relacionamiento y permiten que esas informaciones sean utilizadas para mejorar la calidad productos y servicios. Implementa política formal de protección a la privacidad y/o sistema de seguridad de la gestión de las informaciones privadas del consumidor.	31.3.1 La empresa dispone de una política de atención al consumidor /cliente que se comunica de forma proactiva a todas las partes interesadas, e incluye un indicador de satisfacción del cliente.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.3.2 La empresa cuenta con un servicio de atención de consumidores/clientes con indicadores que impactan en los procesos de toma de decisión de la empresa.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.3.3 La empresa cuenta con una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de seguridad de la gestión de la información privada del consumidor.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa involucra a todas las áreas en busca de la mejora continua de la atención y satisfacción de los clientes; mantiene de forma regular, foros de clientes; implementa procesos que permiten minimizar el riesgo de ser incluida en listas de sanciones por defensa del consumidor, confiriendo prioridad al diálogo y participación de las partes interesadas en ese proceso.	31.4.1 La empresa involucra a todas las áreas en busca de la mejora continua de la atención y satisfacción de los clientes.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.2 La empresa usa información y reclamos para la mejora de sus productos y servicios.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.3 La empresa implementa reuniones y/o foros de clientes de forma regular, con el objetivo de discutir los principales desafíos de su sistema de atención.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.4 La empresa cuenta con un proceso que permite minimizar el riesgo de ser incluida en listas de empresas sancionados por defensa del consumidor.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es reconocida por sus clientes y es referente en el sector en lo que atañe al relacionamiento con clientes, sirviendo de modelo para el mercado.	31.5.1 La empresa ha conseguido ganar notoriedad por la calidad de la atención que brinda a sus clientes.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.5.2 La empresa incentiva el aumento de la calidad de atención a los clientes entre sus pares y dentro del contexto regional.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar: