

Desarrollo de normas de servicios — Recomendaciones para abordar los problemas de los consumidores

ANTEPROYECTO

Advertencia

Este documento no es una norma oficial NORDOM. Él es distribuido en el comité técnico para su revisión, estudio y aprobación como Norma Dominicana NORDOM. Está sujeto a cambios siempre que se presentan la base científica.

Los poseedores de este documento están invitados a someter observaciones relevantes, provistos de la documentación que la sustente, en el periodo de consulta pública que se anunciara debidamente.

Índice	Pagina
Prefacio	iii
1 Objeto y campo de aplicación.....	1
1.1 Objeto.....	1
1.2 Campo de aplicación.....	1
2 Referencias normativas.....	1
3 Términos y definiciones.....	1
4 El uso de este documento.....	4
4.1 Intereses de los consumidores	4
4.2 Estructura.....	4
4.3 Beneficios de usar este documento.....	5
5 Antes de comenzar a trabajar una norma	5
6 Principios claves del consumidor que deben abordarse	7
6.1 General	7
6.2 Elección	7
6.3 Acceso	8
6.4 Información	8
6.5 Seguridad.....	8
6.6 Compensación.....	8
6.7 Sostenibilidad	9
6.8 Representación.....	9
6.9 Calidad.....	9
6.10 Privacidad y protección de datos	10
7 Cómo aplicar los principios del consumidor en los elementos comunes del servicio.	10
7.1 General	10
7.2 Etapas de la prestación del servicio.....	10
7.3 Elementos comunes de servicio	10
7.4 Preguntas de los consumidores.....	11
7.4.1 En todos los elementos del servicio, es probable que los consumidores tengan una variedad de necesidades diferentes y hagan una variedad de preguntas (ver Tabla 3). La lista de preguntas no es exhaustiva; Pueden surgir más preguntas en relación con sectores de servicios particulares, que se pueden asignar a los elementos de servicio de la misma manera.	11
7.4.2 Los redactores de normas deben considerar los principios del consumidor (ver Clausula 6), preguntas de los consumidores y los problemas que plantean al desarrollar cualquier norma para un servicio al consumidor. Los proveedores de servicios que se adhieren a las normas que abordan estos problemas de los consumidores probablemente:	12
7.4.3 Esta norma reconoce que cada industria es diferente y puede tener necesidades específicas que deben tenerse en cuenta. Anexo A y Anexo B utilizan dos ejemplos de estudios de caso para ilustrar cómo dos industrias de servicios diferentes pueden abordar los problemas de los consumidores. Aunque las industrias son de naturaleza muy diferente, los principales elementos de servicio se pueden aplicar a ambos y las consideraciones del consumidor son similares.....	13
Anexo A (informativo) Lista de verificación de problemas del consumidor — Ejemplo de un servicio inmediato / único	14
Anexo B (informativo) Lista de verificación de problemas del consumidor — Ejemplo de un servicio contractual en curso.....	18
Bibliografía	22

Prefacio

El Instituto Dominicano para la Calidad (INDOCAL), es el organismo oficial que tiene a su cargo el estudio y preparación de las Normas Dominicanas (NORDOM), a nivel nacional. Es miembro de la Organización Internacional de Normalización (ISO), Comisión Internacional de Electrotécnica (IEC), Comisión del Codex Alimentarius, Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT), representando a la República Dominicana ante estos Organismos.

La norma **NORDOM 03:4-001 Desarrollo de normas de servicios. Recomendaciones para abordar los problemas de los consumidores**, ha sido preparada por la Dirección de Normalización del Instituto Dominicana para la Calidad (INDOCAL).

La elaboración de esta norma fue motivada por la Dirección de normalización del Instituto Dominicana para la Calidad (INDOCAL) y apoyada por el Comité Técnico, debido a que no existía una Norma Dominicana sobre este servicio.

El estudio de esta norma estuvo a cargo del Comité Técnico **CT 03:4 Servicios**, integrado por representantes de los Sectores de Producción, Consumidor y Técnico, quienes iniciaron su trabajo tomando como base la Norma **ISO / IEC Guía 76:2020, Desarrollo de normas de servicios. Recomendaciones para abordar los problemas de los consumidores**, del cual partió la propuesta de norma a ser estudiada por el comité.

Dicha Propuesta de norma fue aprobada como Anteproyecto por el Comité Técnico de Trabajo, en la reunión **No. 03** de fecha **31 de agosto de 2021**.

PARTICIPANTES:

Sandra Piña
Alba Russo

Rita González

Katherine Ceballos
Leomilka Jiménez
Desiree Figuereo

Soraya García

Ana Karina Reyes

José Soto

María Celeste Rodríguez

REPRESENTANTES DE:

Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes
(ASONAHORES)

Observatorio Nacional para la Protección del
Consumidor (ONPECO)

Instituto Nacional de Protección De Los
Derechos Del Consumidor (PRO CONSUMIDOR)

Comisión Nacional de Defensa de la
Competencia (PRO COMPETENCIA)

Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA)

Ministerio de Industria, Comercio y MyPimes
(MICM)

Consejo Nacional De Consumidores y Usuarios
(CONACONU)

Desarrollo de normas de servicios — Recomendaciones para abordar los problemas de los consumidores

1 Objeto y campo de aplicación

1.1 Objeto

Esta norma proporciona una orientación general sobre cómo satisfacer las necesidades de los consumidores en el desarrollo de normas de servicios. Esta norma puede ser utilizada por cualquier persona involucrada en el desarrollo de normas de servicios y puede aplicarse a cualquier servicio.

1.2 Campo de aplicación

Esta norma es relevante para la gama completa de servicios, ya sea que se haya firmado o no un contrato formal o pagado el precio de compra, pero también tiene relevancia para servicios públicos o benéficos, ej: provisión de educación, salud y atención, donde no necesariamente se ha llevado a cabo una transacción financiera.

2 Referencias normativas

No hay referencias normativas en este documento.

3 Términos y definiciones

Para los propósitos de este documento se aplican los siguientes términos y definiciones

ISO e IEC tienen bases de datos terminológicas para su uso en normalización en las siguientes direcciones:

- Plataforma de navegación en línea ISO: disponible en <https://www.iso.org/obp>
- IEC Electropedia: disponible en <http://www.electropedia.org/>

3.1

Acceso

Usabilidad de un producto, servicio, medio ambiente o las instalaciones por personas con la más amplia gama de capacidades.

3.2

Consumidor o usuario

Persona natural o jurídica, pública o privada que adquiera, consuma, utilice o disfrute productos y servicios, a título oneroso, como destinatario final de los mismos para fines personales, familiares o de su grupo social. En consecuencia, no se considerarán consumidores o usuarios finales quienes adquieran, almacenen, consuman o utilicen productos o servicios con el fin de integrarlos a un proceso de producción, transformación, comercialización o servicios a terceros.

3.3

Contrato

Acuerdo por el cual una o más partes están obligadas hacia una o varias partes a proporcionar un servicio.

Nota 1 a la entrada: un contrato puede ser vinculante, ya sea verbal o escrito.

3.4

Cliente

Organización o miembro individual del público en general que compra o utiliza servicios para fines comerciales, privados o públicos.

Nota 1 a la entrada: el cliente tiene una interacción directa con el proveedor de servicios. El cliente puede ser el comprador del servicio o en un contrato con el proveedor de servicios. El cliente no es necesariamente el usuario final de un servicio.

[FUENTE: ISO 26000:2010, 2.3, modificado — Las palabras "comprar propiedad, productos o servicios" se han reemplazado por "comprar o usar" y se ha agregado la Nota 1 a la entrada.]

3.5

Equipo de personal

Personas responsables de dar un servicio en nombre del proveedor de servicios.

Nota 1 a la entrada: el personal puede incluir voluntarios, subcontratistas y agentes, así como empleados remunerados.

3.6

Formato accesible

Diferente presentación de información, que puede hacer que los servicios sean accesibles para aquellos con una discapacidad.

3.7

Proveedor de servicio

Entidad que ofrece uno o más servicios.

Nota 1 a la entrada: la entidad puede ser un individuo o una organización.

3.8

Protección

Tomar precauciones para prevenir o reducir el impacto de una falla en algún aspecto de la prestación del servicio.

3.9

Queja

<satisfacción del cliente> expresión de insatisfacción hecha a una organización, relacionada con su producto o servicio, o el proceso de tramitación de quejas en sí, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícitamente.

[FUENTE: ISO 9000:2015, 3.9.3]

3.10

Representante del consumidor

Individuo u organización con la formación y la experiencia para defender y representar las opiniones de los consumidores, para proteger los intereses de los consumidores.

3.11

Retroalimentación

Opiniones, comentarios y expresiones de interés en el servicio o el proceso de tratamiento de quejas

3.12

Satisfacción del cliente

Grado de percepción del cliente de que el proveedor de servicios ha cumplido con los requisitos y expectativas del mismo.

Nota 1: Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

Nota 2: Incluso cuando los requisitos del cliente se hayan acordado con el cliente y se hayan cumplido, esto no lo hace garantizar necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

[FUENTE: ISO 9000:2015, 3.9.2, modificado: las palabras "se han cumplido las expectativas del cliente" se han sustituido por "el proveedor de servicios ha cumplido los requisitos y expectativas del cliente" y se ha eliminado la nota 1 original a la entrada.]

3.13

Servicio

Cualquier actividad o prestación que sea objeto de una transacción comercial entre proveedor y usuario, incluyendo las suministradas por profesionales liberales, conforme los términos de la definición de proveedor.

3.14

Servicio al cliente

Interacción de una organización con el cliente a lo largo de las fases de prestación del servicio y servicio postventa.

3.15

Vulnerabilidad del consumidor

Estado en el que una persona puede quedar en desventaja o en riesgo de detrimento durante su interacción con un proveedor de servicios debido a la presencia de factores personales, situacionales y del entorno de mercado.

Nota 1 a la entrada: Cualquiera puede ser vulnerable en cualquier momento. La vulnerabilidad puede ser temporal o permanente.

Nota 2 a la entrada: Los factores que contribuyen a la vulnerabilidad del consumidor pueden ser personales (por ejemplo, salud, enfermedad, lesiones, discapacidad, deficiencia) o situacionales (por ejemplo, pérdida del trabajo, duelo, bajo nivel de alfabetización).

Nota 3 a la entrada: Los procesos y procedimientos de una organización pueden reducir o exacerbar la vulnerabilidad del consumidor.

Nota 4 a la entrada: un consumidor cuando es vulnerable puede:

- tener un mayor riesgo de experimentar resultados negativos al interactuar con los proveedores de servicios;
- tiene una capacidad limitada para maximizar su bienestar;
- tiene dificultad para obtener o asimilar información;
- tener menos capacidad para comprar, elegir o acceder a los servicios adecuados;
- ser más susceptible a determinadas prácticas de marketing.

3.16

Discapacidad

Término genérico que incluye déficit, limitaciones en la actividad y restricciones en la participación. Indica aspectos negativos de la interacción entre un individuo (como una deficiencia y sus factores contextuales (factores ambientales y personales)).

3.17

Contrato de adhesión

Contratos o formularios de adhesión. Se entiende por contrato de adhesión el redactado previa y unilateralmente por un proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor o usuario se encuentre en condiciones de variar sustancialmente sus términos ni evitar su suscripción si deseara adquirir el producto u obtener el servicio.

3.18

Código de conducto

Promesa al cliente hecha por una organización y disposiciones conexas.

Nota 1: La(s) promesa(s): son utilizadas por la organización con el fin de mantener y mejorar la satisfacción al cliente y se refieren a los productos de la organización o de la interacción de la organización con sus clientes existentes o potenciales.

Nota 2: Véase también la norma ISO 10001 sobre las directrices para los códigos de conducta para las organizaciones.

3.19

Entrega

Acción de proporcionar un servicio.

3.20

Usabilidad

Grado en que un servicio puede ser utilizado por usuarios específicos para conseguir objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso.

[ISO/IEC Guía 71:2001, 3.7]

3.21

Tecnología de asistencia

Dispositivo de asistencia

Pieza de equipo, sistema de productos, hardware, software o servicio que se utiliza para aumentar, mantener o mejorar las capacidades funcionales de las personas con discapacidad.

Nota 1: Este puede ser adquirido comercialmente de la plataforma, modificado o adaptado. El término incluye ayudas técnicas para personas con discapacidades. Los dispositivos de ayuda no eliminan un impedimento, pero pueden disminuir la dificultad que un individuo tiene en la realización de una tarea o actividad en entornos específicos.

[ISO/IEC Guía 71:2001, 3.3]

3.22

Querellante

Persona, organización o su representante, presentando una queja.

3.23

Salvaguardia

Precaución tomada para prevenir o reducir el impacto de un fallo en algún aspecto de la presentación de servicios.

4 El uso de este documento

4.1 Intereses de los consumidores

Esta norma proporciona una descripción general de cómo se deben identificar y tener en cuenta los intereses de los consumidores en el desarrollo de normas para los servicios.

4.2 Estructura

Este documento describe el proceso que los redactores de normas deben seguir para garantizar que los intereses del consumidor se consideren en todas las etapas relevantes de su trabajo:

-Cláusula 5: describe un proceso para que los redactores de normas lo utilicen para abordar las áreas clave de interés del consumidor, incluidas las necesidades de las personas mayores y las personas con discapacidades. También brinda orientación sobre cómo garantizar que se consideren los intereses del consumidor en el proceso de elaboración de una norma.

-Cláusula 6: identifica los problemas claves del consumidor que deben abordarse en todas las etapas en las que existe una interacción entre el proveedor de servicios y el consumidor.

-Cláusula 7: describe cómo aplicar los principios del consumidor a los elementos claves del servicio.

4.3 Beneficios de usar este documento

La aplicación de este documento puede tener beneficios generalizados para los redactores de normas de servicio, las entidades que usan normas y los consumidores que usan esos servicios, como se describe en la tabla 1.

Tabla 1 — Beneficios de usar esta norma

A escritores de normas	A la industria	A los consumidores
Perspectiva del consumidor lista de verificación de los problemas claves del consumidor para incluir	Dar a los consumidores lo que quieren y necesitan	Servicios de mejor calidad - mayores niveles de satisfacción
Asesoramiento de expertos - de acuerdo con las mejores prácticas	Mantenga a los clientes existentes y gane nuevos	Servicios más seguros y accesibles
Proporciona una plantilla para redactar normas: ¡ahorra tiempo y esfuerzo!	Procesos más eficientes: ahorre tiempo	Mayor transparencia, ej: costos, términos y condiciones
Enfoque holístico, ej: recordando las normas, la legislación y las cuestiones horizontales clave permanentes.	Evite los problemas comunes y reduzca las quejas	Sistemas de reparación más eficaces.
Asegura consistencia	Mayor credibilidad y reputación de marca.	Mayor seguridad y confianza en proveedores de servicios
Proporcionar un mecanismo para la mejora continua.	Mantener y mejorar la satisfacción del cliente.	Mayor expectativa de que los servicios cumplirán con la propuesta de valor del proveedor de servicio.

5 Antes de comenzar a trabajar una norma

Al redactar una norma de servicio, es importante asegurarse de que el documento aborde todos los aspectos relevantes del servicio. Antes de comenzar a trabajar, puede ser útil pensar en las siguientes preguntas:

a) ¿En qué consiste el servicio?

Describe los elementos centrales de la prestación del servicio y lo que se ofrece a los consumidores. Un servicio que ofrece algo que un consumidor desea o necesita es la razón principal por la que los consumidores consideran utilizar el servicio.

b) ¿Quién es el proveedor del servicio?

El proveedor de servicios es la persona u organización responsable en última instancia de brindar el servicio a los consumidores. El prestador del servicio es responsable de cumplir con el nivel de servicio acordado, independientemente de si otros intermediarios han participado en el proceso.

c) ¿A quién se presta el servicio?

Los consumidores que reciben el servicio son aquellos cuyas necesidades y expectativas el servicio pretende satisfacer. Es muy importante que su perfil esté claramente identificado. Los consumidores pueden ser individuos o un grupo, una persona u organización con entidad legal. Puede haber episodios de servicio consecutivos con el objetivo del proveedor de servicios de satisfacerlos todos. Puede ser necesario reducir la gama de consumidores a los que se dirige el servicio. Si hay consumidores (por ejemplo, niños) a quienes no se dirige el servicio, esto debe indicarse en el alcance. Una vez que se ha identificado el grupo objetivo de consumidores, se debe realizar una investigación para identificar sus necesidades y expectativas. Es particularmente importante que se realicen investigaciones para identificar las necesidades específicas de los consumidores cuando son vulnerables.

d) ¿Dónde se presta el servicio?

El lugar, físico o virtual, donde se presta el servicio. ¿Es seguro y accesible el entorno natural, construido o en línea? ¿Será necesario proporcionar equipo? Si es así, será necesario abordar la seguridad y accesibilidad del equipo.

e) ¿Cuándo se presta el servicio?

El momento o período de tiempo en que se realiza la prestación del servicio. El inicio y la terminación de un servicio no necesariamente tienen lugar en un momento específico en el tiempo y pueden variar de un sector de servicios a otro. El servicio se puede proporcionar en forma de un solo evento (por ejemplo, entrega de paquetes) o como una provisión continua (por ejemplo, línea telefónica); Puede estar compuesto por un solo servicio básico (por ejemplo, venta de helados) o varios (por ejemplo, alojamiento) y también puede incluir niveles u opciones (por ejemplo, servicio premium o estándar).

f) ¿Cómo se presta el servicio?

La forma en que se presta el servicio, incluida la metodología, secuencia o proceso. ¿El personal participa en la prestación del servicio? ¿En qué puntos del servicio interactúa el personal con los consumidores?

El proceso descrito en Tabla 2 tiene como objetivo ayudar a garantizar que los problemas clave de los consumidores se identifiquen y aborden al desarrollar una nueva norma de servicio o en cada revisión de uno existente.

NOTA Este proceso se basa en uno de la Guía 71 de ISO / IEC.

Tabla 2 — Consideración de los problemas del consumidor en la etapa de desarrollo de la norma de servicio

Etapa 1: Definir proyecto de normas	Identificar: <ul style="list-style-type: none">- El propósito, alcance y campo de aplicación de la norma u otro entregable.- Los diferentes tipos de proveedores de servicios que prestan el servicio.- ¿Quién es probable que utilice el servicio? ¿A quién está destinado? ¿Quién más puede verse potencialmente afectado por el servicio?- ¿Cuáles son los posibles beneficios y riesgos para los consumidores?- ¿Cuáles son los niveles actuales de satisfacción con el servicio y hay algún problema común que deba abordarse?
Etapa 2: Crear un comité	Asegurar: <ul style="list-style-type: none">- La información se imparte a los miembros del comité que no están familiarizados con el proceso de elaboración de normas.- Los miembros del comité conocen y tienen acceso a las guías pertinentes.- El comité tiene una representación equilibrada de los proveedores de servicios y otros que tienen interés en el servicio prestado, incluidos los representantes de los consumidores.

	<ul style="list-style-type: none"> - Se tienen en cuenta los datos relacionados con la experiencia del consumidor del servicio, p. Ej. quejas de los consumidores y datos de accidentes. - El comité hace uso de información de otras fuentes, como proveedores de servicios, grupos de usuarios, encuestas de usuarios / grupos focales, vigilancia del mercado, revisiones en línea validadas.
Etapa 3: Desarrollar el contenido de la norma	<p>Asegurar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La norma ha abordado las necesidades de la más amplia gama de consumidores potenciales. -La norma ha minimizado los posibles riesgos de seguridad, protección de la privacidad y seguridad y ha proporcionado información adecuada sobre los riesgos que no pueden eliminarse. - La norma ha aprovechado al máximo la accesibilidad a la más amplia gama de usuarios, incluyendo el uso de la tecnología de asistencia cuando sea pertinente. - Existen métodos apropiados para evaluar el desempeño frente a las expectativas del consumidor que también impulsarán la mejora continua.
Etapa 4: Revisar proceso	<p>Asegurar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El borrador de la norma se distribuye a los grupos representativos de consumidores que pueden verse afectados por ese servicio específico para solicitar comentarios. - El borrador se distribuye a una amplia gama de partes interesadas de usuarios comerciales para solicitar comentarios. - Siempre que sea posible, la prueba de la norma con un estudio de caso de la vida real. Esta puede ser una buena prueba de qué tan bien funciona.
Etapa 5: Publicación de la Norma	<p>Asegurar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La norma se puede reproducir en formatos accesibles, si es necesario. -Existe un plan para la aplicación y promoción de la norma.
Etapa 6: Revisión de Norma	<p>La norma debe revisarse periódicamente para garantizar una mejora continua. La reseña debería considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Quién usa la norma? -Cómo se usa? -Sigue siendo relevante para los consumidores? -Existen nuevos riesgos para los consumidores?

6 Principios claves del consumidor que deben abordarse

6.1 General

Los principios claves del consumidor, o derechos del consumidor, forman base del interés del consumidor y deben considerarse en cada punto de la planificación, el diseño y la entrega del servicio donde es probable que haya contacto entre los consumidores y los proveedores de servicios (Ver cláusula 7). Las consideraciones de estos principios a lo largo del desarrollo de normas de servicio ayudarán a los proveedores de servicios a garantizar que están abordando las necesidades del consumidor e impulsarán mejoras continuas.

6.2 Elección

Promover la elección del consumidor es un principio fundamental del consumidor. A los consumidores se les deben ofrecer opciones comparables y realistas, para que puedan elegir el servicio que mejor se adapte a sus necesidades. En la normalización, esto significa que una norma no debe favorecer a ningún proveedor en particular ni restringir innecesariamente la forma de prestación del servicio. Varias características de un servicio se equilibrarán con la necesidad de mantener la relación calidad-precio y un mercado competitivo.

6.3 Acceso

El acceso a los servicios es una función de la capacidad de los consumidores para pagar las cosas que necesitan o desean, en el momento que les conviene. Los servicios deben estar disponibles para el mayor número posible de consumidores, independientemente de su ubicación, consideraciones sociales y económicas y deficiencias físicas o mentales. Los servicios esenciales (como agua, energía y atención médica) deben ser accesibles para todos. Los intereses de toda la gama de consumidores, desde los niños, las personas mayores, las personas con variaciones en las capacidades físicas y mentales y las personas con diferentes orígenes culturales y étnicos y sus necesidades, deben incluirse en el desarrollo de las normas pertinentes. Las normas deben garantizar que los servicios no discriminen injustificadamente a ningún grupo particular de consumidores.

Se debe prestar especial atención a la identificación y respuesta de los consumidores cuando son vulnerables y que, debido a una amplia gama de factores personales, pueden estar en riesgo de sufrir desventajas o perjuicios al interactuar con un proveedor de servicios y requieren un enfoque más flexible e inclusivo.

NOTA En la Guía 71 de ISO / IEC se proporciona más orientación sobre cómo abordar la accesibilidad en las normas.

6.4 Información

Sin información clara, precisa, simple, relevante y oportuna, en formatos accesibles, los consumidores no pueden tomar decisiones informadas sobre los servicios que utilizan. La información y su comunicación juegan un papel crucial en la selección, prestación y uso eficaz de los servicios porque, a diferencia de los productos, hay menos elementos tangibles para ayudar al consumidor a medir la calidad, la adecuación al propósito, la relación calidad-precio, etc. Comunicación de información, especialmente antes de la decisión de compra o la firma del contrato, y la forma de hacerlo (incluida la actitud del personal) es una consideración fundamental.

NOTA En la Guía 14 de ISO / IEC se proporciona más orientación sobre la información de compra para los consumidores.

6.5 Seguridad

Los consumidores tienen derecho a esperar, y es probable que asuman, que todos los servicios prestados son seguros. La seguridad puede incluir la seguridad física, la salud y la higiene, así como la seguridad, la protección y la privacidad de los datos personales, como en los servicios financieros y el comercio electrónico. Las organizaciones deben tomar todas las medidas razonables para identificar los riesgos potenciales para la seguridad del consumidor y minimizarlos. Cuando el servicio tenga riesgos inherentes, p. Ej. vacaciones de aventura, es esencial que los consumidores reciban información en la etapa previa a la compra que explique claramente los riesgos potenciales y las responsabilidades de la organización y los consumidores para minimizar estos riesgos. La seguridad es particularmente importante al considerar a las personas cuando son vulnerables.

NOTA 1 En la Guía 50 de ISO / IEC se proporciona más orientación sobre seguridad infantil.

NOTA 2 La futura ISO 31700 brinda orientación sobre la privacidad por diseño para bienes de consumo y servicios.

6.6 Compensación

Si algo sale mal, los consumidores deben estar seguros de que existen disposiciones adecuadas para manejar cualquier inquietud o queja, independientemente de si el servicio se presta a nivel nacional o transfronterizo. Los procedimientos organizativos deben garantizar la provisión de sistemas accesibles y efectivos para quejas y comentarios, así como el acceso a servicios imparciales de resolución de disputas

para quejas que no puedan ser resueltas por el proceso interno de quejas. El proveedor de servicios debe utilizar los comentarios de los clientes para impulsar la mejora continua en la prestación de sus servicios.

NOTA 1 En ISO 10002 se proporciona orientación sobre el manejo de quejas en organizaciones.

NOTA 2 En ISO 10003 se brinda orientación sobre resolución de disputas.

6.7 Sostenibilidad

Los servicios deben desarrollarse de manera que satisfagan la necesidad de sostenibilidad. La sostenibilidad se puede definir como el estado del sistema global, incluidos los aspectos ambientales, sociales, climáticos, éticos y económicos, en el que se satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. La sostenibilidad cubre una amplia gama de cuestiones sociales, ambientales y éticas, desde el apoyo a las comunidades locales hasta la protección de los recursos globales. Por ejemplo, las organizaciones deben tratar a sus trabajadores de manera justa y minimizar el impacto negativo de sus negocios en las comunidades locales. Las organizaciones también deben considerar su impacto en el medio ambiente reduciendo el desperdicio y minimizando el uso de recursos como el agua y la energía.

NOTA 1 En la Guía 82 de ISO se proporciona más orientación sobre cómo abordar la sostenibilidad en las normas.

NOTA 2 En ISO 26000 se brinda orientación adicional sobre responsabilidad social.

NOTA 3 Más información sobre el United Nations Sustainable Development Goals es dada en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/>.

6.8 Representación

Los consumidores tienen derecho a ser escuchados. Las organizaciones de desarrollo de normas deben asegurarse de que todos los consumidores, incluidos los grupos en situaciones vulnerables, estén representados en todos los comités técnicos o grupos de trabajo donde el tema en cuestión tenga un efecto sobre los consumidores. Si esto no es factible, deben utilizar otras formas de garantizar que se tengan en cuenta los intereses de los consumidores, p. Ej. consultando a los miembros de COPOLCO, mientras que los representantes nacionales pueden consultar a sus organizaciones de consumidores locales. Los proveedores de servicios deben escuchar la voz de los consumidores y asegurarse de que las necesidades de sus consumidores sean fundamentales a la hora de desarrollar los servicios y de que los comentarios de los clientes se utilicen para mejorar los servicios. Cada vez más, los mecanismos para obtener comentarios sobre los servicios están en línea o por correo electrónico. Es necesario tener especial cuidado para garantizar que tales vías sean válidas y accesibles para el grupo más amplio posible de consumidores.

6.9 Calidad

La calidad de los servicios es una cuestión subjetiva, pero las expectativas de los consumidores deben cumplirse o superarse. Por ejemplo, algunos consumidores estarán dispuestos a aceptar una calidad inferior por razones de precio, siempre que esto no comprometa la seguridad (ver 6.5). El servicio debe ser adecuado para su propósito y como se describe. La cuestión clave es que los servicios deben cumplir o superar las expectativas de los consumidores. Esta es una de las razones por las que la calidad no se incluye como un derecho del consumidor.

EJEMPLO Un hotel puede ser de 5 estrellas o de 1 estrella. Ambos tienen una buena relación calidad-precio si se cumplen las expectativas, pero la calidad de los servicios prestados es muy diferente.

6.10 Privacidad y protección de datos

Los servicios deben diseñarse y proporcionarse de manera que se garantice la aplicación de las medidas adecuadas para la seguridad y la protección de los datos personales de los consumidores y para obtener el consentimiento necesario para compartir datos personales con terceros.

EJEMPLO El Reglamento general de protección de datos de la Unión Europea proporciona un marco legislativo para la protección de la privacidad dentro de la Unión Europea.

NOTA La futura ISO 31700 cubrirá la privacidad por diseño para bienes de consumo y servicios.

7 Cómo aplicar los principios del consumidor en los elementos comunes del servicio.

7.1 General

La matriz de servicios en la Tabla 3 ilustra cómo los proveedores de servicios pueden abordar los problemas de los consumidores (ver 7.4) mediante la asignación de elementos comunes de servicio (ver 7.3) contra preguntas clave de los consumidores, lo que incita a los proveedores de servicios a considerar una amplia gama de necesidades y principios de los consumidores, en todas las etapas de la planificación y entrega del servicio (ver 7.2).

7.2 Etapas de la prestación del servicio

Este documento se centra en los servicios que tienen un impacto directo en los consumidores, donde existe un elemento de interacción entre el proveedor de servicios y el consumidor en algún momento durante el proceso de prestación del servicio. Esta interacción puede ocurrir en:

- a) Entrega previa al servicio: el período de tiempo antes de la compra, transacción o toma de decisiones, cuando los consumidores están comparando, considerando o eligiendo servicios;
- b) Prestación de servicios: el período de tiempo durante el cual el consumidor está utilizando o consumiendo el servicio;
- c) Prestación posterior al servicio: el período de tiempo posterior a la prestación del servicio, una vez finalizado el plazo del contrato, que puede incluir comentarios, quejas o resolución de disputas.

7.3 Elementos comunes de servicio

Aunque se reconoce que todos los servicios son diferentes y que los proveedores de servicios pueden interactuar con los consumidores de diversas formas, hay una serie de elementos comunes en la prestación de servicios que pueden aplicarse a una amplia variedad de industrias de servicios. Éstos incluyen:

- estrategia y principios;
- planificación y diseño de servicios;
- contratos;
- entorno de servicio;
- comunicación con los consumidores;
- personal y recursos;
- privacidad y seguridad, protección de datos;
- facturación y pagos;

- comentarios y quejas;

- mejora continua.

Los elementos comunes del servicio pueden aplicarse a una o más etapas de la prestación del servicio (ver 7.2) y deben ser considerados por los proveedores de servicios, cuando corresponda, para garantizar que se tengan en cuenta las necesidades de los consumidores.

NOTA ISO 14452 especifica los requisitos para la facturación de servicios de red.

7.4 Preguntas de los consumidores

7.4.1 En todos los elementos del servicio, es probable que los consumidores tengan una variedad de necesidades diferentes y hagan una variedad de preguntas (ver Tabla 3). La lista de preguntas no es exhaustiva; Pueden surgir más preguntas en relación con sectores de servicios particulares, que se pueden asignar a los elementos de servicio de la misma manera.

Tabla 3 — Elementos de servicio, principios del consumidor y cuestiones relacionadas con el consumidor

Matriz de servicio de este documento			
Servicio común de elementos de provisión y fases de entrega (Pre-, Delivery, Post)	Descripción de los elementos de prestación de servicios	Principios relevantes para el consumidor	Pregunta de los Consumidores
Planificación y diseño de servicios Pre-	Comprender el mercado objetivo, identificar los recursos adecuados (personas, dinero, equipo), planificar emergencias, salvaguardar	Acceso, elección, representación, seguridad, sostenibilidad	¿Soy elegible para el servicio? El proveedor de servicios considera mis necesidades, preferencias y/o limitaciones específicas?
Estrategia y principios Pre-, Delivery, Post-	Estrategia organizativa, principios rectores, metas y objetivos, usuario objetivo	Acceso, elección, información, representación, seguridad, sostenibilidad	¿Qué valor añadido/ propuesta de valor tiene este servicio para mí?
Entorno de servicio Pre-, Delivery	Evaluación de riesgos, accesibilidad del entorno de servicio, disponibilidad del personal de servicio, sistemas informáticos, equipos utilizados por los consumidores	Acceso, seguridad	¿El equipo para la prestación del servicio es adecuado y está en buenas condiciones? ¿Puedo acceder al servicio y al personal?
Comunicación con los consumidores Pre-, Delivery, Post-	Ventas, marketing y publicidad, suministro de información, canales de contacto con el consumidor, sitios de redes sociales, políticas de servicio al cliente	Información de acceso	¿Tengo suficiente información sobre el servicio para tomar la decisión correcta? ¿Puedo entenderlo? ¿Es honesto? ¿Está en formatos accesibles? ¿Me han informado de los riesgos de seguridad?
Personal y recursos Pre-, Delivery, Post-	Contratación de personal competente, formación y apoyo	Información, seguridad	¿El personal está informado, es cortés y servicial?

Privacidad y seguridad Pre-, Delivery, Post-	Datos personales, confidencialidad, comunicación de sistemas informáticos	Elección, información, seguridad	¿El uso de mis datos personales está restringido al uso declarado y autorizado previamente? ¿Hay servicios de emergencia disponibles si es necesario?
Contratos y facturación Pre-, Post	Términos y condiciones, contratos, cancelación, derechos del consumidor, información de facturación	Acceso, elección, información	¿Entiendo el contrato o contrato implícito? ¿El contrato me brinda suficiente información para tomar una decisión informada (por ejemplo, derechos y responsabilidades del proveedor, compradores y cualquier tercero, derechos de cancelación)? ¿Existen diferentes métodos de pago y esto queda claro? ¿Se proporcionan las facturas en formatos accesibles y se pueden entender fácilmente?
Comentarios y quejas Post-	Sistemas de quejas, sistemas de retroalimentación del personal, resolución de disputas	Acceso, información, reparación	¿Es fácil enviar comentarios sobre las vistas, incluidas las quejas, y hay varias formas de hacerlo? ¿El personal que se ocupa de las quejas las trata con prontitud, cortesía y conocimiento? ¿Existe un tercero independiente para atender las quejas si el proveedor de servicios no puede resolverlas satisfactoriamente?
Mejora continua	Monitoreo del desempeño, auditoría interna, comunicación entre el personal de primera línea y la gerencia, en respuesta a la retroalimentación, implementación del cambio		¿Utiliza el proveedor de servicios las quejas para impulsar la mejora continua del servicio?

7.4.2 Los redactores de normas deben considerar los principios del consumidor (ver Clausula 6), preguntas de los consumidores y los problemas que plantean al desarrollar cualquier norma para un

servicio al consumidor. Los proveedores de servicios que se adhieren a las normas que abordan estos problemas de los consumidores probablemente:

- Aumentar la satisfacción al cumplir mejor las necesidades de los consumidores;
- Mejorar la prestación de servicios y reducir las quejas;
- Aumentar la confianza del consumidor en su negocio.

7.4.3 Esta norma reconoce que cada industria es diferente y puede tener necesidades específicas que deben tenerse en cuenta. Anexo A y Anexo B utilizan dos ejemplos de estudios de caso para ilustrar cómo dos industrias de servicios diferentes pueden abordar los problemas de los consumidores. Aunque las industrias son de naturaleza muy diferente, los principales elementos de servicio se pueden aplicar a ambos y las consideraciones del consumidor son similares.

NOTA Las pautas y ejemplos de un esquema de certificación para servicios se dan en ISO/IEC TR 17028.

Anexo A (informativo)

Lista de verificación de problemas del consumidor — Ejemplo de un servicio inmediato / único

A.1 La tabla A.1 proporciona orientación sobre cómo un proveedor de servicios en la industria hotelera puede abordar los problemas de los consumidores (ver 7.4) en consideración a través de todos los elementos comunes del servicio (ver 7.3). Este estudio de caso es solo un ejemplo ilustrativo y la lista de preguntas a considerar no es exhaustiva.

Tabla A.1 — Lista de verificación de problemas del consumidor: ejemplo de un servicio inmediato / único

Elementos comunes de servicio	Preguntas que debe considerar el proveedor de servicios
Estrategia y principios	Identificación de principios y objetivos, que tienen en cuenta las cuestiones del consumidor. Comunicación de estos a todo el personal pertinente e integrado en las estrategias y políticas organizativas
Planificación y diseño de servicios	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Quién puede visitar el hotel y utilizar sus servicios? ¿Qué pueden querer y necesitar de su hotel? <p>Accesos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Las instalaciones del hotel son accesibles para todos los visitantes e invitados potenciales con una amplia gama de necesidades y habilidades? - ¿Hay habitaciones específicas que sean accesibles para personas con movilidad reducida? - ¿Conoce el personal del hotel la legislación pertinente sobre igualdad / accesibilidad y ha sido implementado? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen planes de emergencia adecuados para incendios y evacuaciones? - ¿Se han comunicado de forma eficaz a todos los miembros relevantes del personal? <p>Sostenibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existe un plan de reciclaje? - ¿Existe una política medioambiental? - ¿Se ha prestado la debida atención a minimizar el uso de energía y agua? - ¿El personal del hotel está comprometido con iniciativas para reducir el consumo de recursos?
Contratos	<p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Todos los huéspedes conocen los términos y condiciones del servicio antes de realizar el pago? - ¿Los términos y condiciones son accesibles para todos los huéspedes que deseen consultarlos? - ¿Los términos y condiciones comunican claramente los términos de reserva y cancelación?
Entorno de servicio	<p>General:</p> <p>Piense en todas las áreas que los visitantes o huéspedes pueden utilizar en su hotel, Ej: áreas públicas, recepción, restaurante, bar, jardines, habitaciones, piscinas, gimnasios. Además, piense en cualquier equipo</p>

	<p>utilizado en esas áreas, ej: parques infantiles, electrodomésticos, equipos de gimnasia.</p> <p>Acceso;</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existe un acceso adecuado para las personas con discapacidad en todas las áreas públicas con habitaciones dedicadas que sean totalmente accesibles? <p>Sostenibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Es fácil para el personal del hotel, los visitantes y los huéspedes deshacerse de la basura y utilizar las instalaciones de reciclaje? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Es seguro el entorno del hotel? - ¿Todas las áreas del hotel mencionadas anteriormente cumplen con los requisitos de salud y seguridad, incluida la limpieza? - ¿Las instalaciones eléctricas cumplen con los requisitos legales? - ¿Existen procedimientos escritos para la evaluación de emergencia y qué hacer en caso de incendio? - ¿Están instaladas alarmas de humo y otros sistemas de seguridad y se inspeccionan y mantienen regularmente? - ¿Son adecuados los procedimientos para las cocinas y las áreas de preparación de alimentos para cumplir con los requisitos de higiene?
Comunicación con los consumidores	<p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Toda la información del hotel está disponible en formatos accesibles? - ¿Hay instalaciones de comunicación disponibles para personas con discapacidad? <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿La información está disponible en una variedad de formatos accesibles, incluidas alternativas a la información en línea? <p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué información brinda el hotel a los huéspedes sobre sus servicios e instalaciones, en línea, en publicaciones impresas y anuncios? - ¿Es justa y exacta? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se comunican claramente a todos los huéspedes los procedimientos de emergencia y evacuación?
Personal y recursos	<p>General:</p> <p>Se necesitará una amplia gama de personal, incluido personal administrativo, de limpieza y preparación de alimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen roles y responsabilidades claros para todos los miembros del personal? - ¿Existen requisitos claros para sus calificaciones, competencias, experiencia y habilidades? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se ha informado y capacitado adecuadamente al personal sobre como minimizar el riesgo de accidentes y qué hacer en caso de incidente o emergencia? <p>Sostenibilidad:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre que sea posible, ¿los productos utilizados por el hotel, como alimentos, artículos de tocador, ropa de cama y productos de limpieza, pueden ser de origen local? - ¿Los proveedores externos también funcionan de manera sostenible? - ¿Se contrata y se capacita al personal sobre cómo minimizar el impacto en el medio ambiente?
Privacidad y seguridad	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué información solicita el hotel a los huéspedes que proporcionen? ¿Es toda necesaria? - ¿Conoce el personal la legislación relevante para la protección de datos personales y los procedimientos hoteleros a este respecto? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿El hotel cumple con todas las normativas sobre protección de datos? - ¿Cómo almacena y gestiona el hotel los datos personales de los huéspedes? - ¿Todos los sistemas informáticos son seguros y se mantienen regularmente? - ¿El acceso a estos datos está restringido a personal específico (por ejemplo, contraseñas, inicios de sesión)? - Existen sistemas adecuados para proteger los datos personales y los detalles de pagos de los huéspedes (ej; cifrado, contraseñas), <p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se les dice a los huéspedes cómo se puede almacenar y utilizar su información? <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se les da a los huéspedes una opción sobre el nivel de datos que proporcionan y cómo pueden ser usado? - ¿Se les brinda a los huéspedes información clara sobre el nivel de apertura de Wifi? - ¿Se les da la opción de optar por no recibir más comunicaciones o compartir sus datos?
Facturación y pago	<p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Las facturas se presentan claramente con un desglose de precios de los costos y servicios adicionales? <p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Las facturas están disponibles en formatos accesibles a pedido? <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se les ofrece a los huéspedes una variedad de métodos de pago diferentes (ej: tarjeta de débito / crédito, efectivo)?
Comentarios y quejas	<p>Compensación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se alienta positivamente la retroalimentación del personal y los invitados sobre posibles mejoras? - ¿Se anima a los huéspedes a proporcionar comentarios, incluidas quejas? - ¿El hotel tiene un procedimiento interno de quejas claro? - ¿Existen formas claras de proporcionar comentarios, como un formulario para completar en la sala o una solicitud automática de comentarios por correo electrónico para evaluar la satisfacción del cliente?

	<p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Los procedimientos de quejas son accesibles para la gama más amplia posible de consumidores y la información está disponible en formatos accesibles?
Mejora continua	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen procedimientos para analizar todos los comentarios y quejas? - ¿Existen procedimientos para garantizar que los comentarios se tomen en consideración de manera oportuna para realizar las mejoras necesarias, especialmente cuando existe un posible problema de salud o seguridad para los huéspedes? - ¿Existen procedimientos para monitorear el desempeño de todo el personal?

Anexo B (informativo)

Lista de verificación de problemas del consumidor — Ejemplo de un servicio contractual en curso

B.1 Proporciona orientación sobre cómo un proveedor de energía aborda los problemas de los consumidores (ver 7.4) en consideración con todos los elementos comunes del servicio (ver 7.3). Este estudio de caso es solo un ejemplo ilustrativo y la lista de preguntas a considerar no es exhaustiva.

Tabla B.1— Lista de verificación de problemas del consumidor — Ejemplo de un servicio contractual continuo

Elementos comunes de servicio	Preguntas que debe considerar el proveedor de servicios
Estrategia y principios	Identificación de principios y objetivos, que tienen en cuenta las cuestiones del consumidor. Comunicación de estos a todo el personal relevante e integrado en las estrategias y política organizacionales.
Planificación y diseño de servicios	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué consumidores es probable que utilicen sus servicios energéticos y qué grupos de consumidores tienen necesidades o vulnerabilidades específicas? <p>Acceso;</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Conoce el personal la legislación pertinente sobre igualdad / accesibilidad y se aplica? <p>Seguridad;</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen procedimientos adecuados para hacer frente a incidentes o emergencias, ej: interrupciones de suministro a gran escala? - ¿Se han comunicado estos a todos los miembros relevantes del personal? <p>Sostenibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existe un plan de reciclaje? - ¿Existe una política medioambiental?
Contratos	<p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Están los términos y condiciones escritos en un lenguaje claro y simple que sea fácil de entender? <p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Todos los clientes conocen los términos y condiciones del servicio antes de firmar el contrato? - ¿Existe un período de reflexión suficiente si los clientes desean cambiar de opinión? - ¿Los términos y condiciones comunican claramente los términos de uso y cancelación? <p>Selección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existe una gama de tarifas diferentes para que los clientes elijan? ¿Se comunican claramente y son comparables?
Entorno de servicio	<p>General:</p> <p>Piense en las diferentes formas en que los clientes pueden interactuar con su organización. Ej: por escrito, chat en línea, teléfono, cara a cara en oficinas o áreas públicas.</p>

	<p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuando el contacto es cara a cara, ¿existe un acceso adecuado para las personas con discapacidad? - Cuando el contacto es por teléfono, ¿el sistema es fácilmente accesible y la ruta para hablar con una persona real no es demasiado complicada? - ¿Su sitio web es accesible para la mayor variedad posible de consumidores? Piense en el tamaño de fuente, los colores, y el contraste de color, el diseño, entre otras. <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Tienen los clientes la posibilidad de elegir el método utilizado para comunicarse con la organización? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el contacto con los clientes es cara a cara, ¿existen procedimientos escritos para la evacuación de emergencia y qué hacer en caso de incendio?
Comunicación con los consumidores	<p>Acceso e inclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Toda la información está disponible en una variedad de formatos accesibles (por ejemplo, Braille)? - ¿Se les da a todos los clientes (especialmente aquellos cuyas circunstancias los hacen vulnerables) un aviso adecuado de las interrupciones planificadas del suministro? <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿La información está disponible en una variedad de formatos accesibles, incluidas alternativas a la información en línea? <p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿La información sobre el servicio, los términos y condiciones y las tarifas está redactada en un lenguaje claro y simple, prestando atención a la información clave? - ¿Es justa y exacta? - ¿Se les da a los clientes información sobre cómo utilizar la energía?
Personal y recursos	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Todo el personal que se encuentra con los clientes tiene calificaciones, competencias, experiencia, habilidades y capacitación relevantes? - ¿Hay líneas claras de responsabilidad para que el personal sepa con quién hablar si necesita asesoramiento sobre cómo lidiar con un problema del cliente? <p>Acceso / inclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se ha informado a todo el personal sobre cómo identificar a los consumidores cuyas circunstancias los hacen vulnerables, cómo identificar sus necesidades y responder de manera apropiada? <p>Sostenibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se pueden obtener suministros de oficina para minimizar el impacto en el medio ambiente (ej: ¿proveedores locales, materiales reciclados)? - ¿Se puede obtener energía de fuentes renovables, cuando sea posible? ¿Pueden los clientes optar por una tarifa “verde” si desean tomar esa decisión?
Privacidad y seguridad	General

	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué información personal recopila el proveedor de energía de sus clientes (ej: dirección, datos financieros, información sobre vulnerabilidades)? <p>Seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿La empresa cumple con todas las normativas sobre protección de datos? - ¿Cómo se almacena y gestiona la información del cliente? - ¿Todos los sistemas informáticos son seguros y se mantienen regularmente? - ¿El acceso a estos datos está restringido a un personal específico (ej: ¿contraseñas, inicios de sesión de usuarios)? - ¿Existen sistemas de seguridad adecuados para proteger la información personal de los clientes y los detalles de pago de amenazas externas (ej: ¿cifrado, cortafuegos)? <p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se les dice a los clientes cómo se puede almacenar y utilizar su información? <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se les da a los clientes la opción de elegir el nivel de datos que proporcionan y cómo se pueden utilizar? - ¿Se les da la opción de optar por no recibir más comunicaciones o compartir sus datos?
Facturación y pago	<p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Las facturas se presentan claramente con un desglose claro de los costos? <p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Están las facturas disponibles en formatos accesibles a pedido? <p>Elección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se les ofrece a los clientes la opción de recibir facturas y estados de cuenta en línea o en papel sin cargos discriminatorios? - ¿Se les ofrece a los clientes una variedad de métodos de pago diferentes (ej: debito directo, pago único, tarjeta de crédito / debito)? ¿Y se aclaran las sanciones, los costos adicionales o los ahorros por esto? - ¿Pueden los clientes elegir pagar mensualmente, anualmente? ¿Y se aclara algún costo o ahorro adicional por esto? - ¿Existen procedimientos suficientes para ayudar a los clientes que están endeudados a garantizar que los reembolsos sean asequibles sin que se corte el suministro? <p>Compensación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se proporciona información clara a los clientes en las facturas sobre cómo realizar consultas o quejas?
Comentarios y quejas	<p>Acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Los procedimientos de quejas son accesibles a la mayor variedad posible de consumidores y la información está disponible en formatos accesibles? <p>Compensación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Se alienta positivamente la retroalimentación del personal y los clientes sobre posibles mejoras? - ¿Se anima a los clientes a proporcionar comentarios, incluidas quejas? - ¿Tiene la empresa un procedimiento interno de quejas claro? - ¿Existe un formulario para evaluar la satisfacción del cliente?

	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Existe información clara sobre el procedimiento para la resolución alternativa de disputas?
Mejora continua	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen procedimientos para analizar todos los comentarios y quejas? - ¿Hay procedimientos establecidos para garantizar que se actúe sobre la retroalimentación de manera oportuna para realizar las mejoras necesarias, especialmente cuando existe un problema potencial de salud o seguridad? - ¿Existen procedimientos para monitorear el desempeño de todo el personal?

Bibliografía

- [1] ISO / IEC Guide 76:2020, Desarrollo de normas de servicios — Recomendaciones para abordar los problemas de los consumidores.
- [2] La Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario No. 358-05, y su Reglamento de Aplicación.