

**LA RSE EN PYME****LOS CLIENTES EN LA RSE****DATOS DEL ENTREVISTADO**

<b>Nombre:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Área:</b>	
<b>Teléfono:</b>	<b>Fax:</b>
<b>Correo electrónico:</b>	
<b>Reunión Nº:</b>	
<b>Fecha:</b>	

La satisfacción de las necesidades, deseos o expectativas del cliente a un precio aceptado, debe ser objetivo prioritario de la empresa.

Cuando el cliente acepta el precio, confía en que las características del producto o servicio sean las que le ha ofrecido el proveedor en el momento en el que ambos han acordado la relación contractual.

Asegurar y mantener esta confianza es la clave para lograr la satisfacción de los clientes. Por ello la empresa debe suministrar al cliente lo acordado respetando la calidad, los plazos, el precio y la garantía a través de una Gestión Ética integral de la actividad.

Por otro lado, el Cliente responderá a este servicio pagando el precio aceptado en la forma y el plazo aceptado.

En la presente entrevista se revisarán los principales aspectos que debe tener en cuenta una empresa Socialmente Responsable con respecto a los Clientes.

1. En primer lugar se realizará un cuestionario, en donde se recogerán las percepciones del entrevistado con respecto a diferentes aspectos relevantes para la RSE.
2. Luego se revisarán los indicadores cuantitativos y cualitativos que permitirán realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa en materia de RSE.
3. Finalmente se analizarán los comentarios realizados durante la entrevista, así como las principales dificultades identificadas para cumplimentar los indicadores.

## CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN

### Evaluación de la satisfacción del cliente

1. ¿Tiene su empresa un sistema de evaluación y seguimiento del nivel de satisfacción de sus clientes con respecto a los siguientes aspectos?

Materia	Si	No	Observaciones
Etiquetado y publicidad			
Servicio de Venta o suministro			
Servicio post-venta			
Uso seguro del producto/servicio			
Aspectos ambientales del producto/servicio			
Aspectos sociales del producto/servicio			
Otros			

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

**La promoción de la participación del cliente – Quejas y Sugerencias**

**2. ¿Tiene su empresa un sistema que atienda y evalúe las reclamaciones de sus clientes con respecto a los siguientes aspectos?**

Materia	Si	No	Observaciones
Etiquetado y publicidad			
Servicio de Venta o suministro			
Servicio post-venta			
Uso seguro del producto/servicio			
Aspectos ambientales del producto/servicio			
Aspectos sociales del producto/servicio			
Otros			

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

**3. ¿Tiene su empresa un sistema que recoja y evalúe las sugerencias de sus clientes con respecto a los siguientes aspectos?**

Materia	Si	No	Observaciones
Etiquetado y publicidad			
Servicio de Venta o suministro			
Servicio post-venta			
Uso seguro del producto/servicio			
Aspectos ambientales del producto/servicio			
Aspectos sociales del producto/servicio			
Otros			

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

## **Publicidad**

4. ¿Promociona su empresa sus productos y/o servicios a través de publicidad que no crea una imagen engañosa, no proyecta mensajes que puedan ser considerados ofensivos, mantiene un código de respeto hacia la competencia, y no utiliza medios de publicidad no deseada (spam, fax...)?

Si No En parte 

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

5. ¿Proporciona su empresa información clara, precisa y veraz sobre los productos y/o servicios en el etiquetado u otra documentación relacionada, incluyendo aspectos sociales y medioambientales e incluyendo sus obligaciones post-venta?

Si No En parte 

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

**6. ¿Cuenta su empresa con una política ética en materia de publicidad?**

Si

No

En parte

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

**Comunicación en materia de RSE**

**7. ¿Se ha informado a sus Clientes sobre las actividades en materia de RSE que ha realizado y viene realizando su empresa?**

Si

No

En parte

No aplicable

**Observaciones:**

**Recomendaciones:**

**INDICADORES CUANTITATIVOS**

Nº	INDICADOR	CÁLCULO	UNIDAD	VALOR
<b>EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>				
C-C.1	Índice de satisfacción de clientes	Escala del 1 a 10 en base a encuestas de opinión	[1-10]	
<b>PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DEL CLIENTE – QUEJAS Y SUGERENCIAS</b>				
C-C.2	Volumen de quejas y reclamaciones de Clientes – I	Nº de quejas y reclamaciones recibidas / Nº total de clientes	%	
C-C.3	Gestión de quejas y reclamaciones de Clientes – II	Nº de quejas y reclamaciones de clientes resueltas / Nº total de quejas y reclamaciones recibidas	%	
C-C.4	Volumen de sugerencias de Clientes - I	Nº de sugerencia recibidas / Nº total de clientes	%	
C-C.5	Gestión de sugerencias de Clientes - II	Nº de sugerencia evaluadas / Nº total de sugerencias recibidas	%	
C-C.6	Denuncias a través de Órganos Competentes con respecto al número de clientes	Nº de denuncias en Órganos Competentes / Nº total de clientes	%	
C-C.7	Denuncias a través de Órganos Competentes con respecto al total de quejas recibidas	Nº de denuncias en Órganos Competentes / Nº de quejas recibidas	%	
<b>PUBLICIDAD</b>				
C-C.8	Publicidad engañosa	Nº de sanciones o demandas por publicidad engañosa	Nº	

**INDICADORES CUALITATIVOS**

Nº	INDICADOR	SI	NO	OBSERVACIONES
C-D.1	Plan de acciones de mejora sobre reclamaciones y/o satisfacción de clientes			
C-D.2	Código voluntario en materia de publicidad o producto			