

Política de Monitoramento e Avaliação para Consumidores

1. Objetivo

A presente política estabelece procedimentos contínuos para monitorar e avaliar a experiência dos consumidores com os produtos e serviços da empresa, garantindo a conformidade com o Código de Defesa do Consumidor e a melhoria contínua da qualidade e do atendimento.

2. Âmbito de Aplicação

Esta política é aplicável a todos os departamentos da empresa que interagem diretamente com os consumidores, incluindo, mas não se limitando a, vendas, marketing, atendimento ao cliente e pós-venda.

As diretrizes aqui estabelecidas têm fundamento nos artigos 4º e 6º do Código de Defesa do Consumidor:

Artigo 4º, III e IV: Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: Artigo 6º, VI: É direito do consumidor a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

(...)

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

(...)

Artigo 6º, VI: São direitos básicos do consumidor:

(...)

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

(...)

3. Procedimentos

3.1. Coleta de Feedback:

- Implementar métodos sistemáticos para coletar feedback dos consumidores, como pesquisas de satisfação, grupos focais e canais de comunicação diretos (e-mail, mídias sociais, telefone).
- Assegurar que os consumidores sejam informados sobre como e onde podem expressar suas opiniões e reclamações.

3.2. Análise de Dados de Feedback:

- Regularmente analisar os dados coletados para identificar padrões e tendências no feedback dos consumidores.
- Utilizar software de análise de dados para monitorar e avaliar a satisfação do consumidor e a qualidade dos produtos ou serviços.

3.3. Gestão de Reclamações:

- Estabelecer um processo formal para o recebimento, tratamento e resolução de reclamações dos consumidores.
- Garantir que todas as reclamações sejam tratadas de forma justa, eficiente e rápida, conforme Artigo 6º, VI do CDC.

3.4. Auditorias de Qualidade:

- Realizar auditorias regulares para verificar a conformidade dos produtos e serviços com os padrões estabelecidos, as normas de segurança e as exigências legais.
- As auditorias devem incluir a avaliação das práticas de atendimento ao cliente e das condições de oferta e venda dos produtos ou serviços.

3.5. Treinamento e Capacitação:

- Providenciar treinamento contínuo para os colaboradores sobre as melhores práticas de atendimento ao consumidor, gestão de reclamações e políticas de qualidade.
- Incluir módulos específicos sobre ética nas relações de consumo e responsabilidade social.

3.6. Revisão e Melhoria Contínua:

- Estabelecer um ciclo de melhoria contínua, baseado nos resultados das análises de feedback e das auditorias de qualidade.
- Promover reuniões periódicas para discutir os resultados e planejar ações de melhoria.

3.7. Relatórios de Desempenho:

- Elaborar relatórios periódicos que resumam as atividades de monitoramento, os resultados das auditorias e as ações de melhoria implementadas.
- Garantir transparência ao compartilhar esses relatórios com stakeholders internos e, quando apropriado, com consumidores.

4. Conclusão

A implementação desta política de Monitoramento e Avaliação assegura que a empresa não apenas atende às expectativas legais e éticas de proteção ao consumidor, mas também se esforça para melhorar continuamente a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.