

## **POLÍTICA DE SERVICIO**

### **INTRODUCCIÓN**

Con la política de servicio, las empresas del Grupo ISA hacen explícito el compromiso y definen un marco general de actuación para ofrecer a sus clientes productos y servicios de calidad y construir relaciones de largo plazo.

En cada una de las empresas del Grupo ISA, como parte de su estrategia, se busca satisfacer los clientes mediante organizaciones eficientes para conocerlos, interpretarlos y servirlos integralmente.

El contenido de la Política de Servicio enmarca el pensamiento institucional y los lineamientos generales de las empresas del Grupo ISA, de tal forma que se pueda dar cumplimiento a las normas y estándares de calidad, tanto en los ámbitos específicos de cada país como en el ámbito internacional.

### **JUSTIFICACIÓN**

El enfoque al cliente es fundamental para enfrentar los desafíos que impone la generación de valor en un mercado globalizado.

Cada una de las empresas del Grupo ha venido construyendo una cultura de servicio y una estructura orientada al cliente como parte integral de nuestros negocios.

La permanencia en el mercado depende de la lealtad de los clientes, lograda con la prestación de servicios con estándares de calidad, de manera sostenible y que satisfagan sus necesidades y expectativas.

## **MARCO DE REFERENCIA JURÍDICO**

En cada una de las empresas del Grupo ISA, se reconocen, aseguran y respetan los marcos constitucionales, legales y regulatorios en materia de calidad y servicio al cliente propios de cada país, así como los convenios y tratados internacionales que resulten pertinentes.

## **MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL**

### **Clientes**

Empresas, entidades o personas que adquieren los productos y servicios ofrecidos.

### **Producto o Servicio**

Es el resultado de un proceso que busca satisfacer las necesidades y expectativas, de los clientes, incluye la atención, la percepción del valor agregado y la confianza que transmite la empresa que lo ofrece.

### **Calidad**

Conjunto de características de un producto o servicio que satisface las necesidades de los clientes. La calidad está conformada por los atributos relacionados con los elementos objetivos del servicio. Para los servicios públicos o regulados la calidad mínima está definida por la normatividad vigente que interpreta las necesidades y los atributos que el cliente valora.

### **Gestión de la calidad**

Conjunto de elementos relacionados entre sí para definir la gestión (PHVA)<sup>1</sup> de una organización orientada a la satisfacción de sus clientes.

### **Promesa de servicio**

Declaración que hace explícito el valor de compra del cliente en términos de los elementos objetivos y subjetivos del producto o servicio.

## **ALCANCE DE LA POLÍTICA**

Las empresas del Grupo ISA prestan excelentes servicios, asegurando la calidad a precios competitivos y cumpliendo con estándares internacionales para obtener, desarrollar y retener clientes, construyendo su lealtad y generando relaciones sostenibles en el largo plazo.

## **CRITERIOS DE APLICACIÓN**

### **Cultura orientada al cliente**

Se deben establecer espacios, conceptos, valores y prácticas que de manera permanente, orienten la actuación hacia anticipar y comprender las necesidades y expectativas del cliente con el fin de darle soluciones oportunas y confiables. Para ello es necesario identificar los momentos de verdad, definir los niveles de servicio y estandarizarlos. Todo ello en un claro compromiso por garantizar la calidad y dar satisfacción al cliente en todos los elementos que componen el servicio.

### **Relacionamiento Continuo**

Se debe contar con los mecanismos, canales y espacios adecuados para desarrollar una interacción eficaz, oportuna y constructiva que permita una comunicación confiable y permanente para dar cumplimiento a la promesa de servicio pactada con los clientes.

---

<sup>1</sup> PHVA: Actividades propias del ciclo de gestión, que comprende Planear, Hacer, Verificar y Actuar

**Conocimiento integral**

Se deben analizar de manera estructurada las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, en el contexto de la dinámica de los sectores en la que se participa.

**Evaluación permanente**

Se debe disponer de mecanismos, canales y espacios adecuados para escuchar la voz del cliente con el fin de conocer sus niveles de satisfacción e identificar los factores que los determinan.

**Mejoramiento continuo**

Se debe contar con un proceso sistemático, dentro del sistema de calidad, en el que de manera permanente se haga uso de los resultados obtenidos de los diferentes instrumentos de medición, para implementar medidas que mejoren la gestión orientada al cliente.

**MARCO DE ACTUACIÓN**

Las empresas del Grupo ISA

- Ofrecen productos o servicios a precios competitivos, con calidad y oportunidad comparables con estándares internacionales.
- Orientan la gestión para constituirse en socio estratégico de sus clientes, con relaciones duraderas de mutua confianza y respeto basadas en información, conocimiento e innovación.
- Cultivan y desarrollan una cultura orientada al cliente apoyada en el conocimiento integral de éste y del entorno.

- Implementan el concepto de calidad como principio básico de cada una de las actividades, entregando productos y servicios que sean valorados por los clientes.
- Logran efectividad en el conocimiento, interpretación, definición y satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, con base en el trabajo en equipo, la innovación y la utilización responsable de los recursos.
- Pactan y cumplen la promesa de servicio de manera eficaz y confiable.

Adicionalmente, XM S.A. E.S.P :

Es independiente y neutral en su actuar con los clientes

Para ello:

- Cuentan con canales de comunicación regulares y efectivos que permiten la transferencia oportuna de información.
- Miden permanentemente el desempeño de la organización frente al mercado y a los clientes.
- Definen planes enfocados al mejoramiento de los procesos, atributos y atención del servicio que buscan satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.