



Relación con clientes y consumidores

Cultura de Integridad

● ○ ○ FICHA BÁSICA

Una cultura de integridad que reconoce el rol social de la empresa y sitúa a la persona en el centro de la toma de decisiones, exige un compromiso consistente de la organización con la calidad de vida y bienestar de sus clientes.

Fecha	Abril 2019
Tpo. de lectura	10 min.

En los últimos años hemos visto problemas causados por:

- Falta de transparencia,
- Mal uso de datos,
- Incumplimiento de condiciones comerciales,
- Fallas en el servicio de post venta
- Prácticas abusivas, las que dejan en los afectados una sensación de desamparo e incumplimiento de las condiciones pactadas.

Esto puede configurarse como un riesgo para el sistema económico, el que, para funcionar de manera legítima, requiere estar construido en base a relaciones de confianza.

Por ello es esencial promover y fortalecer una cultura orientada al genuino servicio al cliente y a la construcción de relaciones basadas en principios de confianza, respeto, transparencia y justicia. Asimismo, los clientes tienen la responsabilidad de ejercer sus derechos y deberes, y las empresas de dar los espacios adecuados para ello. Sólo de esta forma se maximizarán los beneficios de la relación.





En este ámbito es favorable:

1. Aumentar los estándares de transparencia, servicio y calidad.
2. Contar con un sistema de protección de datos.
3. Colaborar con las autoridades públicas en promover buenas prácticas con clientes y consumidores.
4. Luchar contra las prácticas comerciales engañosas, incluida la publicidad engañosa y el fraude comercial.
5. Implementar un programa de resolución rápida y efectiva de conflictos y reclamos.

Dilema Ético

[Caso práctico planteado en el video]

En mi calidad de gerente de área de una empresa de alimentación, me entero confidencialmente de que en la última partida de una línea de productos para niños ya a la venta, se ha detectado la presencia de un elemento que podría, eventualmente, gatillar una alergia alimentaria.

La dosis es pequeña, así que las posibilidades de que eso suceda no son, según los estudios, muy altas. Al evaluar la situación, concluí que, retirando la partida, si bien evito riesgos, tendría que asumir millonarias pérdidas para la empresa y un gran impacto para la marca.

¿Y tú, qué harías?

Opción 1.

Nada. El costo sería alto y el riesgo, probablemente, mínimo. Es muy difícil que los clientes puedan responsabilizar a nuestro producto, ya que cada vez más niños sufren algún tipo de alergia que no tiene explicación clara.

Opción 2.

Retiro la partida de los puntos de venta, pero no informo a los clientes. De esta forma evito poner en riesgo la sustentabilidad del negocio.

Opción 3.

. Recomiendo el retiro del producto. Mi compromiso es velar por el bienestar de los consumidores, especialmente por su salud. Además, informo lo sucedido.

IMPORTANTE

En este caso, la opción correcta es la número 3. Y el principio ético presente en esta acción es la responsabilidad, entendida como el asumir el resultado de las decisiones y acciones que se realizan u omiten, procurando con ello el bien común.

FUENTE: esta ficha se elaboró a partir de la transcripción del video del mismo nombre que es parte de la serie Hacia una cultura de integridad.