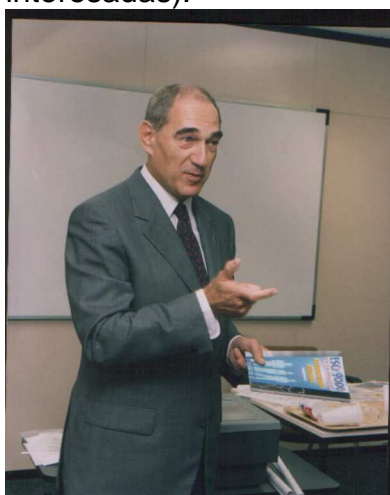


Consumidores y Responsabilidad Social.

Algo más que calidad y precio.

Las normas internacionales de Responsabilidad Social SG21- AS800 – WQO2100 – ISO2600- tienen en común varios requerimientos entre los cuales sobresale la conducta ética/legal y la relación con los “stakeholders” (o “partes interesadas”).



Andrés Senlle.

Experto Europeo en Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible - Consultor Internacional.

Clientes y consumidores forman parte del núcleo fuerte de partes interesadas que también agrupa a los trabajadores, proveedores y parte de la sociedad implicada en la relación con la organización.

En un taller sobre Responsabilidad Social impartido en Chile. Pablo Villoch de Pro-Qualitas refiriéndose a los clientes dijo: “En Europa lo que está ocurriendo es que el consumidor ya no sólo busca calidad y precio, busca la conciencia tranquila, saber que cuando compra una alfombra no está elaborada por unos niños en un país de Oriente.

También cuando invierte sus ahorros en bolsa quiere tener una garantía, una certificación de sus ahorros no van a financiar fabricas de armas, drogas o negocios poco éticos entonces como respuesta han surgido iniciativas como: fondos de inversión éticos y cadenas de comercio justo”. Realmente los consumidores sufren abusos de muchas organizaciones, son manipulados con marketing engañosos y son tratados con injusticia. Ahora la sociedad globalizada está tomando conciencia de estas cuestiones que le afectan seriamente. Los clientes ya nos están dispuestos a sufrir injusticias, perdidas de dinero, tiempo y esfuerzo comprando en empresas irresponsables.

La tendencia para las empresas es lograr un certificado por parte de un organismo acreditado. Dicho certificado debe basarse en una norma internacional porque quién fabrica en China, India, Brasil, USA o Polonia debe demostrar a todo el mundo el alcance de su certificación y características de la norma por la cual se ha certificado.

Las normas nacionales no son suficientes y no son comprendidas en todos los países. Cuando compramos un analgésico en cualquier país sabemos que contiene 0.5 gramos de ácido acetilsalicílico, igual pasa con otros medicamentos, o con motores, aparatos, instrumentos, neumáticos, lentes, bienes de uso y consumo que deberán usarse en todas partes del mundo y por ello se respaldarán en normas internacionales. “Pasi Isos”, del griego “Igual para todos”.

Respecto a los clientes, las normas internacionales piden que se realicen encuestas para conocer necesidades, expectativas y satisfacción de los usuarios o consumidores.

Si una empresa implanta la Responsabilidad Social, como sistema de gestión amparado por una norma, se obliga a un compromiso con los clientes y también a un comercio justo, ético, responsable, comprometido con los derechos humanos, de los trabajadores y consumidores.

¿Qué pasa si en una empresa existen casos de soborno o corrupción?

Si al comprar a un suministrador éste debe darle una “comisión” a alguien de la empresa ese dinero el proveedor lo cargará al costo del producto, dinero que termina pagándolo el consumidor. Por lo tanto el cliente debe tener certeza de que la empresa tiene un comportamiento ético y que toma medidas anti – corrupción y soborno de forma sistemática.

¿Cómo se garantiza?

Pues mediante una auditoría que practica un organismo externo acreditado para otorgar o no la certificación, de acuerdo con las evidencias encontradas.

La certificación es la garantía para el cliente de que la empresa cumple requisitos legales, éticos, de marketing responsable, libre de engaños.

En una encuesta realizada por “The World Quality Organization (WQO) en Europa buscando información sobre organizaciones irresponsables se encontró que: el 75% de las personas encuestadas explicaba que las organizaciones estatales abusaban en la relación y trato a los “clientes”. Largas esperas falta de información, trato abusivo, etc.

El 55% manifestó que las compañías de aviación tienen un comportamiento irresponsable, suspenden vuelos, dejan gente en los aeropuertos, no cumplen horarios, practican marketing engañoso. Y ahora algunas colaboran por llevar maletas o dar un vaso de agua durante el vuelo.

El 48% denuncia que las compañías de teléfonos móviles usan marketing engañoso u ofrecen una cosa y después aparecen limitaciones, que solo se arreglan pagando más. Este hecho originó una alta migración entre empresas por partes de clientes engañados e insatisfechos con ofertas y tarifas.

Y sigue una larga lista. Total: denuncia de engaño, abusos, falta de ética, injusticia que enriquece a unos y perjudica a los consumidores.

La implantación de las normas internacionales es de carácter voluntario, ahora bien si una empresa quiere ofrecer un sello de garantía debe comprometerse y cumplir bajo un principio de transparencia.

El consejo para los consumidores es que exijan sus derechos, que no se conformen, que reclamen, que recurran a las asociaciones de consumidores a denunciar los abusos, engaños y la corrupción, porque todo ello le afecta en su vida y en su bolsillo. ¿Es justo concurrir a un servicio médico o a un banco y tener que esperar una hora para que le atiendan? ¡NO!

¿Es lógico dejar de ser cliente de un banco que apoya a empresas ilegales o da préstamos a organizaciones que no cumplen con las leyes, los derechos humanos, o la ética de los negocios? ¡SI!

Es justo comprar a empresas comprometidas con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social que demuestran con la certificación el compromiso con los clientes.

Todo ello forma parte de la nueva conciencia del consumidor para proteger sus derechos y para apoyar a la justicia social.

La empresa que pesa sus productos ¿Tiene un registro del control de peso de la balanza a la vista del consumidor? El restaurante que ofrece un plato y precio en la lista ¿lo tiene disponible? Un folleto en un periódico o anuncio publicitario, por el cual se ofrecen numerosos productos a buen precio el fin de semana, ¿es justo que la empresa manifieste el lunes por la mañana que el producto está agotado? ¿Es justo que un profesional le de una hora y luego tenga usted que esperar una hora más?

Pues una oferta es un compromiso que la empresa debe cumplir, si no lo hace es un engaño, abuso, injusticia y marketing engañoso que usted no tiene por qué sufrir. Sea fiel con las empresas que cumplen con su Responsabilidad Social, apóyelas por que si crecen habrá nuevos negocios éticos que favorecen el desarrollo sostenible.

Si las empresas pretenden fidelizar clientes, que se certifiquen y que cumplan, es un objetivo para una convivencia armoniosa, negocios éticos y desarrollo social.

Las organizaciones que no quieren comprometerse no tienen futuro por que el cambio de la ética en los negocios ya está aquí en la sociedad del mundo globalizado.

Las normas de gestión de la calidad ISO.9001 o las de Responsabilidad Social WQO.2100 tienen como requerimiento determinar las competencias de todo el personal, expresarlo en las fichas de funciones y proporcionar formación para asegurar el nivel de competencia requerido para satisfacer a los clientes y hacer buenos negocios. Por lo tanto las normas son una guía predeterminada por profesionales, expertos de todo el mundo con el objetivo de lograr un desarrollo social y económico armónico, claro, justo y transparente, sinónimo de "Desarrollo Sostenible".

Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible no deben ser palabras huecas, deben ser el relejo de la política de gestión de organizaciones que apuestan por el futuro.