

WILSON ARAQUEJ. (O)  
Para LÍDERES

## Hacia la recuperación de la confianza del consumidor

**Análisis** Las buenas prácticas deben ser convertidas en hechos reales. De este modo el comprador saldrá ganando.

Uno de los efectos del aislamiento social obligatorio producto del covid-19, es la afectación negativa producida en la confianza del consumidor al momento de sentirse seguro cuando adquiere un determinado bien y/o servicio. De ahí, pensando en su recuperación -durante el desconfinamiento-, las acciones clave que se vayan a impulsar deberán considerar el rol interrelacionado de tres actores: las empresas productoras, las autoridades de control, y, por supuesto, el propio consumidor.

En el caso de las empresas -en donde hay miles de micro y pequeños negocios- una sus preocupaciones clave deberá estar enfocada hacia cómo lograr que el producto, desde el punto de producción, llegue en condiciones oportunas y, principalmente, "bioseguras" al consumidor final que, hoy más que nunca, está esperando demandar productos que, sobre la base de las buenas prácticas de producción, distribución y venta, disminuyan al máximo las posibilidades de contagio de ese enemigo invisible actual llamado covid-19.

Esas buenas prácticas, además



Freepik.es

3

ACTORES

son claves:  
consumidores, empresas  
y autoridades

de decir las mediante bonitos discursos, también, deben ser convertidas en hechos reales y, así, contribuir a que el consumidor se vaya abriendo y confiando en lo que compra. Surgiendo, de

esta manera, un llamado a que las empresas deben ser súper éticas y entregar lo que ofrecen y no se repitan casos de empresas que, engañando -por ejemplo, se supo, públicamente, de la venta de gel con solo el 20% de alcohol-, afecten a la salud y vida de cientos de confiados consumidores.

Las autoridades de control, por su parte, también cumplen su rol -en el mejoramiento de la confianza pro consumo-, a través de la definición y comunicación de oportunos y claros procedimientos y normas que deberán ser respetadas y practicadas por las empresas productoras y los compradores. Para ello es necesario que, además de la buena comunicación, esas autoridades sean muy estrictas en cuanto a la exigencia del cumplimiento de esos requisitos que, al final, serán los que, gracias a su respeto y puesta en acción, eviten que el contagio

del covid-19 sean incontrolable y la población tenga que ser sometida a nuevos confinamientos.

Por último, dentro de este proceso de recuperación de la confianza consumidora, como ya se resaltó, es el propio consumidor quien juega un papel fundamental al momento de definir formas de adquisiciones de bienes y/o servicios que, sobre la base de los cambios producidos en sus prioridades de consumo y en la disminución de su poder adquisitivo -efectos de la pandemia y la crisis económica actual-, sean capaces de elegir productos en donde se genere una "mezcla decisional de multifactores"; por un lado, los tradicionales -vigentes desde la antigua normalidad- como: buen precio para generar ahorros, cantidad óptima y observación de caducidad del producto para evitar desperdicios; garantía de respaldo para recuperar -en caso de inconformidades- lo invertido; y, por otro -como prioritarios de la nueva normalidad-, todos aquellos factores vinculados a la exigencia de la incorporación de "requisitos de bioseguridad" que protejan la salud y vida del consumidor que, gracias a su vigilancia y exigencia individual, sumará a que el efecto de protección se extienda a toda la colectividad.