Si no puede ver este mail, haga click aquí

Transparentando el manejo de los datos personales

El Reputation Institute identificó la privacidad de los datos y el buen manejo de estos como una de las diez macro tendencias que apalancan la reputación de una compañía[1]. No por nada, Facebook, que se ha visto salpicada en los últimos años por varios escándalos vinculados a transgresiones de su política de privacidad de los datos, ha visto disminuir significativamente su reputación producto de esos hechos[2]. Para evitar un mal uso de los datos de los usuarios, un artículo de la Harvard Business Review, propuso una serie de medidas simples:

- Usar solo aquellos **datos obtenidos a través del consentimiento** explícito del cliente
- **Dar flexibilidad** sobre los tipos de datos que se quieran compartir y la **opción** de que el **usuario** pueda **editar** su **configuración** de **privacidad**
- Darle la **opción** al cliente de **conocer de forma rápida y sencilla** la **información** exacta a la que **tiene acceso** la **empresa**
- **Señalar** explícitamente el **uso** que **se hará de** los **datos**, junto con los beneficios que recibirá el cliente por ello

NETFLIX

La empresa especifica cada uno de los usos que hará con los datos de sus clientes y por qué esto puede beneficiarlos. En su Declaración de Privacidad, señala que utilizan la información, entre otras cosas, para "determinar tu ubicación geográfica general, facilitar contenidos localizados, mostrarte recomendaciones personalizadas de visionado de películas y series que creemos que pueden interesarte[3]"

De acuerdo a una **encuesta**, en la que los **usuarios declaraban su nivel de confianza en** el **tratamiento** de **datos personales** que hacían diversas compañías tecnológicas, **Netflix** estuvo **entre** las **mejor evaluadas**[4]. Es **fundamental** que las **empresas cumplan** a cabalidad **con** cada una de **estas recomendaciones** para así **dar respuesta** a la **creciente demanda ciudadana por mayor transparencia y simetría en la relación entre empresas y consumidores**[5]

Novedades del centro

El Poder del Click: Desafíos de las organizaciones en la era digital

En el mundo globalizado, la modalidad online se ha transformado en una nueva forma de relacionamiento, lo que ha implicado un gran desafío para las empresas. De esta manera, obtener y mantener la confianza de las personas será la clave del éxito y dónde se fundará el verdadero poder del click.

Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon y Google Play.
Para comprar el libro en formato eBook, haga click en uno de los siguientes links: Amazon o Google Play

Desprestigio Empresarial: ¿Cómo restaurar la confianza?

Los escándalos ocurridos en los últimos años han provocado una caída en la reputación de las empresas y han dañado su legitimidad. Pero ¿cuáles son las verdaderas causas y efectos de esta pérdida de confianza? y más necesario aún ¿cómo se puede recuperar?.

Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon e Itunes.
Para comprar el libro, haga click en el siguiente link: Amazon

Nuevo Pacto Social: ¿Qué se espera de la empresa?

Estudio que analiza las percepciones de los trabajadores con respecto al rol social que cumplen las empresas, antes y después del 18-O, identificando propuestas concretas para las compañías.

Para ir al informe haga click en el siguiente link ver informe

"Reputación de las Familias Empresarias en Twitter"

Informe realizado junto al Centro de Familias Empresarias del ESE Business School, que ahonda en la percepción que se desarrolla en la red social de Twitter sobre las empresas familiares y las familias empresarias propietarias de las mismas, identificando a partir de esto algunas recomendaciones.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: Ver Informe

¡Síguenos en nuestro LinkedIn!

Centro Reputación Corporativa ESE Business School

1 Reputation Institute. Reputation Macro-Trends. What Every CEO Should Know. Reputation Institute, 2018.
2 Hahn-Griffiths, Stephen. «Facebook is Losing Face: Reputation Declines Signal Higher Risk». Reputation Institute.
3 Para más información revisar https://e-ese.uandes.cl/e/799403/legal-privacy/3cdml/1192880737?h=PMAwksZRtPJw7bhMSdG9iYFncUlujzBs9Jwdgj4TF6Q.
4 Camila Díaz, <<Facebook sigue cayendo: Encuesta revela que es la plataforma que más perdió la confianza de los usuarios este año>>, Emol, 27 de diciembre
de 2018, https://e-ese.uandes.cl/e/799403/ma-que-mas-perdio-laconfianza-/3cdmg/1192880737?h=PMAwksZRtPJw7bhMSdG9iYFncUlujzBs9Jwdgj4TF6Q de-los-usuarios-este-ano.html.
5 Halpern, Pablo y Lobos, Francisca. ¿Desprestigio Empresarial? Cómo restaurar la confianza. Ediciones el Mercurio, 25.

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
Centro Reputación Corporativa
ESE Business School
Universidad de los Andes
www.ese.cl

Cancelar Suscripción