

Si no puede ver este mail, haga [click aquí](#)



### La importancia de generar métricas de reputación confiables

La reputación es la nueva fuente de valor en la era digital. Por ello, dada la centralidad que tiene la reputación en esta nueva era, es fundamental que las métricas que la representen sean transparentes y confiables. En este sentido, hay a la mano dos acciones que las compañías no pueden dejar de hacer:

**Erradicar todo tipo de fraude en las evaluaciones**

**Evitar que se produzcan sesgos positivos en las evaluaciones**



Amazon, además de prohibir expresamente en sus términos de uso los comentarios falsos, ha perseguido legalmente a empresas y personas que han vulnerado esta norma. En octubre de 2015 demandó a 1.114 usuarios que estaban cobrando por publicar reseñas falsas. Estas personas cobraban 5 dólares por este servicio a través del sitio web 'Fiverr.com', promoviendo críticas de 5 estrellas para los productos. Solo un par de meses antes, la empresa había demandado a una serie de sitios web por la venta de reseñas falsas:

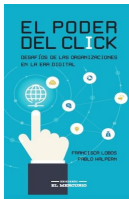
El éxito de Airbnb depende en gran medida de las reseñas online que realizan los huéspedes y los anfitriones de los alojamientos. Hasta junio de 2014 si un huésped evaluaba a un anfitrión (o viceversa) la empresa publicaba inmediatamente esa evaluación, sin importar si el anfitrión ya había evaluado o no al huésped. Este sistema propiciaba evaluaciones con sesgo positivo, debido a que tanto huéspedes como anfitriones se preocupaban de que si hacían una evaluación al otro que incluyera críticas, recibirían en represalia de esta una evaluación injusta. A partir de julio de 2014 la plataforma espera recibir ambas evaluaciones -del huésped y del anfitrión- para publicadas simultáneamente.

La verdadera preocupación de la compañía era que se socorriera la confianza que los consumidores y vendedores depositan en Amazon

Esta medida logró aumentar las evaluaciones negativas de los usuarios o, en otras palabras, hacer más confiable el sistema de evaluación

Airbnb y Amazon han entendido a tiempo que la confianza en sus plataformas se sostiene, en parte importante, por la honestidad de sus métricas de reputación

### 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 donde 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



#### 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 R-0, 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 ABC. «Amazon demandó a 1.114 usuarios por cobrar por reseñas falsas». ABC, 19 de octubre de 2015. [https://www.abc.es/2015/10/19/tecnologia/tecnologia-20151019\\_147302527n.html#pnt=147302527n](https://www.abc.es/2015/10/19/tecnologia/tecnologia-20151019_147302527n.html#pnt=147302527n)  
2 El Mercurio. «Desprestigio Empresarial». Publicado en el sitio de El Mercurio, viernes 14 de febrero de 2019. <https://www.elmercurio.com/2019/02/14/desprestigio-empresarial-lobos/>  
3 El Mercurio. «Nuevo Pacto Social». Publicado en el sitio de El Mercurio, viernes 14 de febrero de 2019. <https://www.elmercurio.com/2019/02/14/nuevo-pacto-social-lobos/>



Centro Reputación Corporativa  
ESE Business School  
Universidad de los Andes  
[www.oca.cl](http://www.oca.cl)

[Contacto](#)