

GUERRA EN UCRANIA Nuevo bombardeo en el centro de Donetsk

OPINIÓN / LA COLUMNA

Datos y contratos

por **Enrique Dans** •  7 diciembre, 2022 - 02:26 **MÁS DE ENRIQUE DANS**

- El futuro de la automoción lleva mucho tiempo escrito 30 noviembre, 2022 - 03:01
- Las criptomonedas tienen futuro 23 noviembre, 2022 - 02:56
- Telemedicina, el futuro que no ven los que protestan en Madrid 16 noviembre, 2022 - 02:09
- ¿Twitter de pago? Musk no se equivoca 9 noviembre, 2022 - 01:50

LOS ÚLTIMOS**HABLANDO EN DIGITAL**

La Paridad Digital



Francisco Hortigüela

EL ESPÍRITU SOPLA DONDE QUIERE

La virulencia en el lenguaje en la España a dos velocidades



Juan Ignacio Crespo

LAS SIETE Y MEDIA

Bruselas, economistas y la CEOE contra la subida de cotizaciones



María Vega

ALFABETIZACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN

Del Gordo de Navidad a los rascas, cómo enganchar a los jóvenes al juego



Laura Cuesta Cano

Me cuenta una amiga que se irritó soberanamente -y con toda la razón, diría yo- cuando en una tienda en la que compra habitualmente y en la que tiene una cuenta de cliente con su nombre y su correspondiente tarjeta de fidelización, le pidieron el ticket de compra de un artículo para poder devolverlo.

En realidad, la cuestión es tan evidente, que resulta casi ofensiva: si recopilas todos los datos que puedes de mí, **mi adscripción sociodemográfica, mi domicilio, mis hábitos**, y por supuesto, todas mis compras anteriores... ¿para qué diablos necesitas un maldito ticket de compra, de esos impresos en impresora térmica que además, se borran al cabo de un tiempo, para que te demuestre nada? ¿Qué crees? ¿Que te estoy intentando engañar y pasar como comprado en tu establecimiento algo que he adquirido en otro sitio?

Pues es muy sencillo: te vas a los registros de operaciones anteriores que, con total seguridad, tienes de mí, y compruebas que, efectivamente, compré ese artículo ahí, y en qué fecha y hasta a qué hora lo hice.

Es así de sencillo. ¿Para qué molestar al cliente pretendiendo que guarde en su cartera un montón de tickets de compra, cuando por otro lado tienes toda su información habida y por haber?

¿Por qué obligar al ciudadano a que almacene infinitos datos y documentos, cuando esos datos, en realidad, ya se encuentran archivados en la propia administración?

boca y toda la documentación relacionada, o no me darás el servicio que necesito.

Hace ya algunos años, **la misma cuestión se planteó con respecto a los datos personales** que custodian nuestros gobiernos y administraciones: ¿por qué obligar al ciudadano a que almacene infinitos datos y documentos, cuando esos datos, en realidad, ya se encuentran archivados en la propia administración?

¿Por qué tengo supuestamente que llevar conmigo determinados documentos, como el carnet de conducir, si una vez que puedo demostrar mi identidad con cualquier otro, la administración —o la autoridad de turno— puede comprobar rápidamente que tengo permiso de conducir y en qué estado está?

El resultado fue claro, meridiano y contundente: **el ciudadano no está obligado a aportar datos o documentación que la administración tenga ya en su poder**. Los tiempos de hacer cola en la ventanilla con una carpeta con nuestros documentos para que un severo funcionario nos dijese aquello de “le falta la póliza”, o “el timbre”, o “la fe de vida” o algo similar, terminaron hace tiempo, y las gestiones con la administración se agilizaron sensiblemente.

Si fuimos capaces, como sociedad, de hacer eso con la supuestamente lenta, burocrática y todopoderosa administración, **¿cómo es posible que las empresas sigan en esa fase de “tiene el ticket de compra?”** ¿Y qué si no lo tengo?

Las consecuencias no son menores: posiblemente, **podré encontrarme con que no me aceptan la devolución**, con que no puedo ejercitar el derecho a la garantía (para la que tengo generalmente dos años, mucho más de lo que duran impresos la mayoría de los tickets de compra) o no me devolverán mi dinero en metálico, sino únicamente en forma de lo que los americanos llaman “funny money”, un cheque para que pueda gastar el dinero únicamente en los establecimientos de la compañía.

En los tiempos de los CRM, los ficheros de clientes que almacenan hasta su último estornudo y los programas de fidelización... ¿no es esto un total anacronismo? Si hasta la mismísima administración y sus funcionarios han aprendido a utilizar sus propios archivos y a adoptar una actitud de facilitar la vida al usuario, **¿qué hacen las compañías pidiéndome un maldito ticket de compra?**

Lo que deberíamos hacer como clientes es, simplemente, negarnos. Decir a las compañías que si quieren nuestro negocio, nos traten de la manera adecuada, que no es únicamente darnos buen servicio cuando queremos gastar nuestro dinero, sino también en cualquier otro de los momentos de la verdad en nuestra interacción con ellas.

La respuesta es muy sencilla: lo que hacen es, simplemente, **introducir artificialmente fricción en el sistema**. Sí, ya sé que tienes derecho a una devolución, a ejercitar tu garantía o a que te devuelva el dinero dentro de unos límites razonables.

Pero si para hacerlo te pido

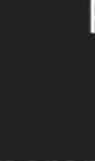
requisitos absurdos, como que conserves el ticket de compra en tu cartera (¿cartera? otro anacronismo, isí la mayoría de los días salgo de casa tan solo con mi smartphone en el bolsillo!), conseguiré seguramente disuadir a algunos, y la balanza se inclinará a mi favor a la hora de reducir las siempre incómodas devoluciones. Algun directivo en algún despacho se frotará las manos, se atribuirá el mérito de haber reducido el ratio de devoluciones, y se meterá en el bolsillo su bonus anual.

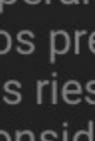
En la práctica, pedirnos el ticket de compra es como si nos pidieran que hiciésemos el pino y saltásemos veinte veces seguidas sobre un solo pie si queremos hacer una devolución: únicamente, introducir fricción en el sistema a modo de disuasión. Tienes mi información, la usas para enviarme de todo, sabes todo lo que he comprado a lo largo del tiempo... pero para cualquier petición mía, cuando realmente necesito que me proporciones un servicio bidireccional, te niegas a utilizar toda esa información, **y me exiges que la custodie y la demuestre yo mismo**.

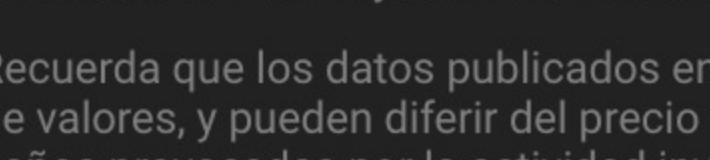
Lo que deberíamos hacer como clientes es, simplemente, negarnos. Decir a las compañías que si quieren nuestro negocio, nos traten de la manera adecuada, que no es únicamente darnos buen servicio cuando queremos gastar nuestro dinero, sino también en cualquier otro de los momentos de la verdad en nuestra interacción con ellas.

Si vengo para devolver un producto, como si vengo para reclamar cualquier cosa relacionada con su uso o su garantía, como si vengo para que me enseñas a usarlo: **soy el mismo al que trataste de maravilla cuando lo compró: verificalo, y actúa en consecuencia**.

Si tienes mis datos, úsalos para todo, no solo para lo que te viene bien a ti. O si no, te quedarás con mis datos, pero sin mis contratos.

 SIGUE LOS TEMAS QUE TE INTERESAN

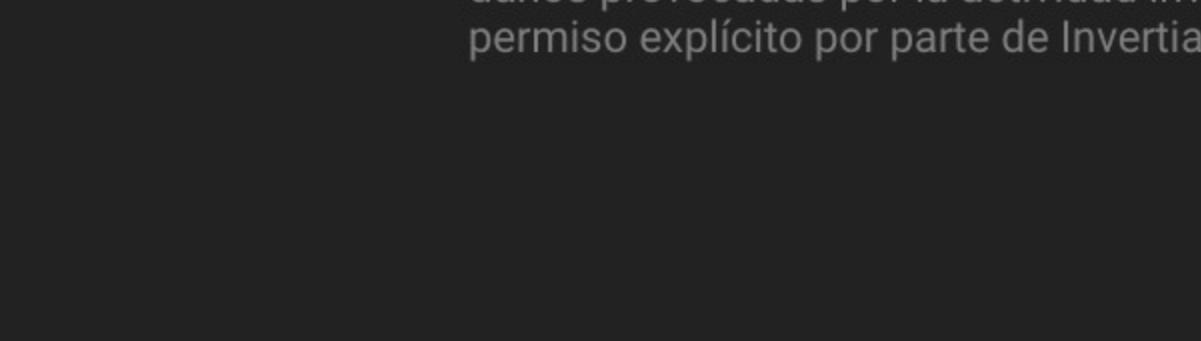
 COLUMNAS DE OPINIÓN



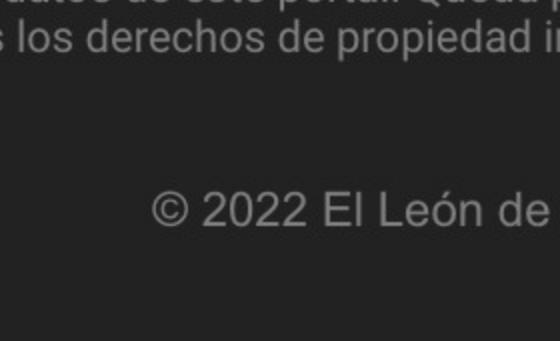
COMENTA

ENVIAR

Ahora en portada



Datos y contratos



La igualdad como factor de competitividad

Mónica Melé

Sé el primero en comentar

Escribe tu comentario

NORMAS DE USO

ENVIAR

NORMAS DE USO

ENVIAR