

ISO 26000 §6.7 — Asuntos de consumidores

ISO 26000:2010 — Guía sobre responsabilidad social. Cláusula §6.7: Asuntos de consumidores. Materia fundamental que cubre las responsabilidades de las organizaciones hacia las personas que adquieren o usan sus productos y servicios. Aplica a cualquier organización con clientes finales, ya sean B2C o B2B. En contexto colombiano, se articula con la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor).

“ ?? Sin fuente oficial vinculada. Esta página fue redactada como borrador y debe validarse contra el documento original antes de usarse en reportes externos.

Qué es

La cláusula §6.7 de ISO 26000 reconoce que los consumidores tienen derechos fundamentales que van más allá del cumplimiento legal: derecho a información veraz, productos seguros, privacidad, acceso a mecanismos de reclamación, y a no ser objeto de prácticas de marketing engañosas. La organización responsable diseña sus productos y comunicaciones pensando en la protección real del consumidor, no solo en el cumplimiento mínimo regulatorio.

Alcance

Siete áreas de acción: (1) prácticas justas de marketing, información objetiva y no engañosa; (2) protección de la salud y la seguridad del consumidor; (3) consumo sostenible — información que permita decisiones informadas; (4) servicio posventa, asistencia y resolución de quejas y controversias; (5) protección de datos y privacidad del consumidor; (6) acceso a productos y servicios esenciales; (7) educación e información para el consumidor.

Indicadores y divulgaciones clave

Títulos y descripciones tomadas del documento fuente.

- **ISO26000-6.7.1 — Prácticas de marketing e información:** Evaluación de que el material de marketing (etiquetas, publicidad, términos contractuales) es completo, preciso y no induce a error sobre características, precio, disponibilidad o condiciones del producto/servicio.
- **ISO26000-6.7.2 — Seguridad de productos y servicios:** Existencia de procesos para identificar riesgos de seguridad antes del lanzamiento, sistemas de rastreo y alerta temprana, y protocolos de retiro del mercado cuando se detecten defectos que pongan en riesgo al consumidor.
- **ISO26000-6.7.4 — Mecanismo de quejas y reclamaciones:** Canal accesible, gratuito y oportuno para que el consumidor presente reclamaciones, con tiempo de respuesta definido, trazabilidad del caso y cierre documentado.

- **ISO26000-6.7.5 — Protección de datos del consumidor:** Política de privacidad alineada con la Ley 1581/2012 (Habeas Data Colombia): consentimiento informado para recolección, limitación de uso, medidas de seguridad de la información y procedimiento de eliminación a solicitud.

Aplicación en una pyme colombiana

Nota editorial de Sustentia — orientación práctica, no es parte del Estándar. Revisable por el equipo SME.

Para una pyme colombiana, §6.7 se traduce en cuatro acciones concretas: (1) Revisar etiquetas y contratos con un ojo puesto en el Estatuto del Consumidor (Ley 1480/2011) — especialmente garantías, reversión del pago en e-commerce y condiciones de publicidad; (2) Documentar el proceso de atención de PQR (Peticiónes, Quejas y Reclamos) con tiempo de respuesta ?15 días hábiles; (3) Si se manejan datos de clientes (nombre, email, compras), registrar las bases de datos ante la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio) y tener política de privacidad visible; (4) Si se venden productos físicos, definir el protocolo de retiro de mercado (recall) y comunicarlo al equipo comercial. Estos cuatro pasos cubren el mínimo de §6.7 y reducen exposición legal ante la SIC.

Lecturas complementarias

- ISO 26000:2010 §6.7 — Consumer Issues (ISO Store, resumen público en iso.org)
- Ley 1480 de 2011 — Estatuto del Consumidor Colombia (SIC)
- Ley 1581 de 2012 — Protección de datos personales Colombia (Habeas Data)
- Circular única SIC sobre publicidad engañosa — Superintendencia de Industria y Comercio

Capítulos del diagnóstico que usan este estándar

- `transparencia`
- `ética`
- `talento_humano`

Revisión #1

Creado 2026-04-24 22:02:54 UTC por Angelica Diaz

Actualizado 2026-04-24 22:02:54 UTC por Angelica Diaz