

Nombre usuario: FELIPE ALBERTO AGUILLON INOSTROZA

Nombre corrector: DIEGO MARTIN GONZALEZ GIBSON

Responder:

No lanzaría el medicamento al mercado.

Claramente no estoy conforme con las consecuencias ya que al momento se han desembolsado grandes cantidades de dinero, existen una serie de licitaciones ya tramitadas y el mercado espera el producto. Por lo que la decisión de dar un pie atrás se hace realmente tortuosa para la empresa. El raciocinio para tomar esta decisión pasa por un tema más moral/ético que comercial. Al no lanzar el medicamento se pasan a evitar las posibles consecuencias negativas que puede llegar a tener el producto.

Respecto a deberes y derechos, creo que la opción que elijo es muy complicada para con la empresa pero es la correcta hacia la comunidad. Ya que no está bien el vender por vender, es necesario recalcar la "misión" de la compañía y velar por el bienestar del consumidor. Es probable que una decisión así de radical en este punto, le cueste el puesto a alguien, pero es un pequeño precio a pagar por el mayor bien común.

Argumentar:

Se entiende lo difícil de las consecuencias de no lanzar diastop al mercado, aún así yo estaría conforme puesto que el daño que se está evitando es más importante que el beneficio económico de la empresa.

Estoy muy de acuerdo con que si bien es dicutible si se está cumpliendo con los deberes de la compañía, al fin y al cabo el deber de esta misma es brindar un beneficio al consumidor lo que no se cumpliría si se lanza el medicamento al mercado. De acuerdo con el resto de las respuestas.

Rehacer:

Pese al feedback, mantengo mi posición de no lanzar un producto con un potencial negativo a los consumidores, compañía, FDA, etc. No me parece que los parámetros de daño evitado y beneficio económico sean suficientes para lanzar el medicamento.

Respecto al resto de argumentos entregados por el feedback, estoy de acuerdo en lo complicado de la situación de la compañía ya que es una situación que quizás en el corto plazo pueda no tener consecuencias, pero en el largo plazo puede afectar a miles de clientes, perjudicar la credibilidad del FDA y finalmente acabar con la compañía.