



Ficha de indicador

Riegos de salud del producto

Evodio Sánchez Rodríguez

Director de responsabilidad social empresarial de Cemefi





Índice

| | |
|---|----|
| 1. Introducción..... | 3 |
| 2. Indicadores relacionados con los riesgos ambientales de salud de su producto..... | 3 |
| 3. Industrias donde es relevante desarrollar los riesgos ambientales de salud de su producto. | 4 |
| 4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador | 4 |
| 5. Factores clave de riesgos ambientales de salud de su producto | 6 |
| 6. Creación de un programa de riesgos ambientales de salud de su producto..... | 6 |
| 7. Beneficios empresariales por fomentar el conocimiento prevención de los riesgos de salud del producto | 7 |
| 8. Riesgos empresariales por no fomentar el reconocimiento de los riesgos de salud del producto | 7 |
| 9. Herramientas para fomentar el conocimiento de los riesgos de salud del producto.. | 7 |
| 10. Mejores prácticas en el conocimiento de los riesgos de salud del producto dentro del Distintivo ESR®..... | 8 |
| 11. Propuesta de métricas de impacto para medir el conocimiento de los riesgos de salud del producto en el marco del Distintivo ESR®..... | 9 |
| 11.1. Fase 1: Inicio | 9 |
| 11.2. Fase 2: Desarrollo..... | 9 |
| 11.3. Fase 3: Madurez | 9 |
| 11.4. Desarrollo de las métricas..... | 9 |
| 12. Conclusión..... | 10 |



1. Introducción

Este indicador se centra en la identificación, evaluación y mitigación de los riesgos ambientales y de salud asociados con los productos de una empresa. En el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), las organizaciones tienen la responsabilidad de garantizar que los productos que ofrecen no solo cumplan con los estándares de calidad y seguridad, sino que también sean seguros para los consumidores y el entorno en cada fase de su ciclo de vida. Este proceso incluye la evaluación de impactos potenciales durante su producción, distribución, uso y disposición final.

El objetivo de este indicador es promover prácticas sostenibles que minimicen los riesgos ambientales y protejan la salud de los consumidores, al tiempo que se fomenta la transparencia y la responsabilidad por parte de las empresas. Las organizaciones que logran cumplir con este indicador son capaces de crear productos que no solo cumplen con las regulaciones, sino que también refuerzan su reputación como marcas comprometidas con el bienestar del planeta y las personas.

2. Indicadores relacionados con los riesgos ambientales de salud de su producto

| Indicadores | Ámbito | Descripción |
|--|-------------------------|---|
| Uso apropiado de productos y servicios | Asuntos de consumidores | Este indicador está relacionado con la protección de los consumidores mediante la información adecuada sobre el uso seguro y de los productos y servicios |
| Ciclo de Vida del producto | Asuntos de consumidores | Está enfocado en el consumo sostenible evaluando el ciclo completo de los productos, desde la producción hasta su disposición final y los impactos ambientales y de salud asociados |
| Protección de datos personales | Asuntos de consumidores | Centra la protección de la privacidad, tiene implicaciones sobre la transparencia y el manejo responsable de la información del cliente |
| Educación sobre producto para la decisión de compra | Asuntos de consumidores | Se vincula a la educación del consumidor sobre los riesgos y beneficios |



3. Industrias donde es relevante desarrollar los riesgos ambientales de salud de su producto.

| Industria | Importancia |
|--|---|
| Industria química | Fundamental para evaluar y mitigar los efectos potencialmente nocivos de productos químicos en la salud humana y el medio ambiente. |
| Industria manufacturera | Esencial para minimizar riesgos de salud relacionados con el uso de materiales y procesos en productos manufacturados. |
| Agricultura, cría y explotación de animales | Importante para gestionar el uso de pesticidas y químicos que puedan afectar la salud humana y el entorno. |
| Minería | Vital para reducir el impacto ambiental y los riesgos para la salud derivados de la extracción de recursos. |
| Industria de alimentos y bebidas | Necesario para asegurar que los ingredientes y procesos de producción no representen riesgos para la salud de los consumidores. |
| Servicios de salud y de asistencia social | Importante para que los productos y equipos utilizados no generen riesgos adicionales a los pacientes y el personal de salud. |
| Generación, transmisión y distribución de energía | Fundamental para reducir los riesgos ambientales asociados con la producción y distribución de energía, protegiendo la salud pública. |

4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador

| Categoría | Norma, Certificación o Ley | Descripción / Apartado Específico | Relevancia para el indicador |
|------------------|-----------------------------------|--|-------------------------------------|
| Norma | ISO 22000 | Gestión de seguridad alimentaria, incluye evaluación de riesgos para la salud en productos alimenticios. | Alta |
| Norma | ISO 45001 | Gestión de salud y seguridad ocupacional, relevante para | Alta |



| | | | |
|----------------------|---|---|------|
| | | riesgos relacionados con el producto. | |
| Certificación | HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) | Norma que evalúa riesgos de salud en la producción y manipulación de productos alimenticios. | Alta |
| Certificación | Ecovadis | Evalúa sostenibilidad empresarial, incluye riesgos de salud asociados a los productos. | Alta |
| Certificación | GRI (Global Reporting Initiative) | Marco de reportes de sostenibilidad, indicadores relacionados con la seguridad del producto y salud del consumidor. | Alta |
| ODS | ODS 3: Salud y bienestar | Promueve la salud pública mediante la evaluación y reducción de riesgos en productos de consumo. | Alta |
| ODS | ODS 12: Producción y consumo responsables | Fomenta prácticas responsables en la producción para minimizar impactos negativos en la salud. | Alta |
| Ley | Ley General de Salud | Regula la protección de la salud pública mediante la evaluación de productos y servicios en México. | Alta |



| | | | |
|-----------------------|--|--|------|
| Ley | Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) | Protege a los consumidores garantizando productos seguros y sin riesgos para la salud. | Alta |
| Buena Práctica | Evaluación continua de los riesgos asociados al producto | Desarrollo de protocolos para identificar y mitigar riesgos de salud en todas las etapas del ciclo de vida del producto. | Alta |

5. Factores clave de riesgos ambientales de salud de su producto

- **Mayor satisfacción del cliente:** Los clientes que están informados sobre los riesgos ambientales o de salud relacionados con los productos tienen más probabilidades de estar satisfechos con su compra. Esto puede mejorar la repetición de negocios y el boca a boca positivo.
- **Reducción del riesgo de mal uso del producto:** Al educar a los clientes sobre los riesgos ambientales o de salud, una empresa puede reducir la posibilidad de que los productos se usen incorrectamente, lo que a su vez puede proteger tanto a los consumidores como a la empresa de posibles responsabilidades legales.
- **Mejora de la reputación de la marca:** Las empresas que se perciben como socialmente responsables pueden mejorar su reputación, lo que facilita la atracción de nuevos clientes y empleados

6. Creación de un programa de riesgos ambientales de salud de su producto

- **Identificación del público objetivo:** La empresa debe identificar a quién va dirigido el programa, ya sea a clientes, empleados o al público en general.
- **Educación sobre los riesgos:** Es esencial proporcionar información clara y precisa sobre los riesgos ambientales y de salud asociados con los productos y servicios de la empresa, así como cómo mitigarlos.
- **Reducción del riesgo de mal uso:** Ofrecer instrucciones claras sobre el uso seguro de los productos, además de advertencias sobre los riesgos de mal uso.
- **Mejora de la reputación de la marca:** La empresa debe demostrar su compromiso con la responsabilidad social a través de la transparencia y la capacitación, lo que reforzará su reputación como socialmente responsable.
- **Formato del programa:** Elegir el formato más adecuado para transmitir la información, ya sea mediante sitios web, folletos, videos u otros medios.



- **Recibir retroalimentación:** Una vez implementado el programa, es importante obtener comentarios de los consumidores para asegurar que la información sea clara y efectiva.

7. Beneficios empresariales por fomentar el conocimiento prevención de los riesgos de salud del producto

- **Mayor satisfacción del cliente:** Los consumidores informados sobre los riesgos ambientales y de salud tienen más probabilidades de estar satisfechos con su compra, lo que aumenta la posibilidad de repetir negocios y generar recomendaciones positivas.
- **Reducción del riesgo de mal uso del producto:** Educar a los consumidores sobre los riesgos ayuda a evitar el mal uso de los productos, lo que protege tanto a la empresa como a los clientes de potenciales problemas legales.
- **Mejora de la reputación de la marca:** Las empresas que son percibidas como responsables con el medio ambiente y la salud de los consumidores disfrutan de una mejor reputación, lo que facilita atraer nuevos clientes y empleados

8. Riesgos empresariales por no fomentar el reconocimiento de los riesgos de salud del producto

- **Insatisfacción del cliente:** Si los consumidores no son adecuadamente informados sobre los riesgos ambientales y de salud de los productos, es probable que experimenten insatisfacción, lo que puede resultar en pérdida de clientes y mala reputación.
- **Mayor riesgo de mal uso del producto:** Sin una correcta educación sobre los posibles riesgos y el uso seguro de los productos, aumenta la posibilidad de un mal uso, lo que puede llevar a accidentes, daños a la salud del cliente y responsabilidades legales para la empresa.
- **Daño a la reputación de la marca:** La falta de transparencia y de medidas proactivas para gestionar los riesgos ambientales y de salud puede afectar negativamente la imagen de la empresa, lo que dificultaría atraer nuevos clientes y retener los actuales.

9. Herramientas para fomentar el conocimiento de los riesgos de salud del producto.

- **Desarrollo de un programa educativo:** Se necesita una estrategia clara para educar a los consumidores sobre los riesgos ambientales o de salud asociados con los productos y servicios, proporcionando información clara y accesible sobre cómo mitigar estos riesgos.
- **Inversión en tecnología y personal:** Es necesario destinar recursos adecuados, tanto financieros como humanos, para la creación y mantenimiento de materiales educativos, así como para la implementación de plataformas tecnológicas que faciliten la divulgación de esta información.



- **Comunicación transparente:** La empresa debe ser transparente en la comunicación con sus grupos de interés, proporcionando información detallada y clara sobre los riesgos y medidas de mitigación, manteniendo un diálogo abierto con los clientes.
- **Desarrollo de indicadores clave:** Es esencial establecer métricas para evaluar la efectividad de los programas de capacitación y educación, midiendo aspectos como el nivel de comprensión de los clientes y la adopción de prácticas seguras.
- **Sostenibilidad de las prácticas:** Es fundamental asegurar que las iniciativas implementadas sean sostenibles a largo plazo, lo que implica realizar evaluaciones periódicas y ajustarlas conforme a los avances tecnológicos y las mejores prácticas disponibles.

10. Mejores prácticas en el conocimiento de los riesgos de salud del producto dentro del Distintivo ESR®

- **Alineación con el negocio:** Asegúrate de que las iniciativas de responsabilidad social (RSE) estén integradas en la estrategia de la empresa. Esto garantiza que las acciones relacionadas con los riesgos ambientales y de salud de los productos formen parte de los objetivos empresariales y sean sostenibles a largo plazo.
- **Inversión congruente:** Asigna los recursos financieros y humanos necesarios para implementar programas de capacitación y concienciación sobre los riesgos ambientales y de salud. Una inversión adecuada refuerza el compromiso de la empresa con sus clientes y consumidores.
- **Transparencia con los grupos de interés:** Comunica de manera clara y transparente los riesgos potenciales asociados con los productos. Esto incluye proporcionar información accesible sobre los riesgos ambientales y de salud, y mantener un diálogo abierto con los consumidores.
- **Desarrollo de indicadores clave:** Establece métricas para evaluar la efectividad de los programas. Estas métricas pueden incluir el nivel de comprensión de los consumidores sobre los riesgos, la adopción de medidas preventivas, y el impacto de estas iniciativas en el comportamiento del consumidor.
- **Sostenibilidad de las prácticas:** Asegúrate de que las acciones implementadas para mitigar los riesgos sean sostenibles en el tiempo, con evaluaciones periódicas y ajustes según las mejores prácticas y avances tecnológicos.
- **Elaboración de un plan estratégico:** Crea un mapa de ruta que detalle los objetivos, las actividades y los responsables de la implementación del programa. Este plan ayudará a asegurar un seguimiento continuo y la mejora de las acciones relacionadas con el indicador.



11. Propuesta de métricas de impacto para medir el conocimiento de los riesgos de salud del producto en el marco del Distintivo ESR®.

Las métricas permiten evaluar la efectividad de las acciones para informar a los clientes, fomentar cambios de comportamiento y reducir riesgos asociados al uso de los productos. Un enfoque basado en datos asegura decisiones más precisas y mejoras continuas.

11.1. Fase 1: Inicio

- **Conocimiento del cliente:** Mide el nivel de comprensión del cliente sobre los riesgos ambientales y de salud asociados con los productos.
- **Alcance de la comunicación:** Evaluar cuántos clientes han sido informados o alcanzados por las campañas de comunicación sobre riesgos.

11.2. Fase 2: Desarrollo

- **Cambio de comportamiento:** Medir los cambios observados en los hábitos de compra y uso de productos por parte de los clientes después de la implementación del programa.
- **Adopción de medidas preventivas:** Evaluar la cantidad de clientes que han adoptado medidas preventivas o han tomado acciones basadas en la información proporcionada.

11.3. Fase 3: Madurez

- **Reducción de incidentes:** Medir la reducción en la cantidad de mal uso del producto o incidentes relacionados con problemas de salud o medioambientales.
- **Satisfacción del cliente:** Evaluar la mejora en la satisfacción del cliente relacionado con la percepción de seguridad y responsabilidad de la empresa.
- **Mejora en la reputación de la marca:** Monitorear el impacto en la reputación de la marca como resultado de la implementación continua de políticas de responsabilidad

11.4. Desarrollo de las métricas

1. **Desarrollar una estrategia de comunicación clara y accesible:** Diseñar materiales educativos comprensibles y atractivos para informar a los consumidores sobre los riesgos asociados con el producto y cómo evitarlos. Esto incluye etiquetas, campañas digitales y otros canales de comunicación.
2. **Implementar sistemas de seguimiento y evaluación:** Adoptar herramientas tecnológicas que permitan medir de forma sistemática el alcance de las campañas, la adopción de medidas preventivas y los cambios en el comportamiento del cliente. Estas herramientas deben facilitar el análisis de datos y proporcionar información para ajustar las estrategias.
3. **Realizar pruebas piloto antes de la implementación general:** Lanzar programas piloto en áreas o segmentos específicos para medir la eficacia de las estrategias antes de escalarlas, lo que permite optimizar recursos y maximizar el impacto.



4. **Capacitar al personal interno:** Asegurar que el personal esté preparado para comunicar riesgos de manera efectiva y resolver dudas de los clientes, proporcionando capacitaciones específicas sobre el contenido técnico y las habilidades de comunicación.
5. **Realizar auditorías periódicas del programa:** Establecer revisiones periódicas para evaluar la efectividad de las métricas y los programas asociados. Estas auditorías deben identificar áreas de mejora y garantizar el cumplimiento con los objetivos establecidos.

La definición de las métricas debe considerar los siguientes aspectos:

- **Tamaño de Empresa:** Empresas pequeñas deben enfocarse en métricas básicas como el conocimiento del cliente y el alcance inicial de la comunicación. Las medianas empresas pueden incorporar métricas como la adopción de medidas preventivas y cambios de comportamiento del cliente. Las grandes empresas deben incluir mediciones avanzadas, como la mejora de la reputación y la satisfacción del cliente, utilizando herramientas tecnológicas para gestionar grandes volúmenes de datos.
- **Madurez de la Industria:** En industrias emergentes, las métricas deben centrarse en construir conciencia básica sobre los riesgos. En industrias en desarrollo, se deben implementar estrategias para cambiar comportamientos y fomentar la adopción de medidas preventivas. En industrias maduras, las métricas deben evaluar el impacto en la reputación de la marca y la percepción de los clientes a largo plazo.
- **Recursos Disponibles:** Empresas con recursos limitados pueden emplear estrategias de comunicación simples y económicas, como folletos o contenido digital básico. Empresas con recursos moderados deben invertir en herramientas de seguimiento y en campañas de mayor alcance. Las empresas con mayores recursos pueden utilizar plataformas tecnológicas avanzadas, inteligencia artificial y análisis predictivo para personalizar las estrategias.

12. Conclusión

El indicador de riesgos de salud de su producto es esencial para garantizar que las empresas no solo cumplan con su responsabilidad de informar a los consumidores, sino que también promuevan comportamientos responsables y conscientes sobre el uso y manejo de sus productos. Las métricas propuestas permiten a las organizaciones evaluar su impacto en la educación del consumidor, el cambio de hábitos y la percepción de seguridad.

Implementar estrategias claras de comunicación, capacitar al personal, realizar auditorías periódicas y adoptar herramientas tecnológicas son pasos fundamentales para alcanzar la madurez en este indicador. Además, ajustar estas prácticas según el tamaño de la empresa, la madurez de la industria y los recursos disponibles asegura que los esfuerzos sean sostenibles y efectivos.



Este enfoque no solo mitiga riesgos asociados al uso inadecuado del producto, sino que también mejora la satisfacción del cliente, refuerza la reputación de la marca y promueve un mercado más responsable y seguro.