



Ficha de indicador

Información transparente al consumidor

Evodio Sánchez Rodríguez

Director de responsabilidad social empresarial de Cemefi





Índice

1. Introducción.....	3
2. Indicadores relacionados con la información transparente al consumidor.....	3
3. Industrias donde es relevante desarrollar la información transparente al consumidor.	4
4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador.....	4
5. Factores que influyen en la información transparente al consumidor.....	6
6. Creación de un programa RSE para información transparente al consumidor.....	7
7. Beneficios empresariales por fomentar la información transparente al consumidor	7
8. Riesgos empresariales por no fomentar la información transparente al consumidor.	8
9. Herramientas para fomentar la información transparente al consumidor.....	8
10. Mejores Practicas en información transparente al consumidor dentro del Distintivo ESR®.....	9
11. Propuesta de métricas de impacto para medir la información transparente al consumidor dentro del marco del Distintivo ESR®.	9
11.1. Fase 1: Inicio.....	9
11.2. Fase 2: Desarrollo.....	10
11.3. Fase 3: Madurez.....	10
11.4. Desarrollo de las métricas.....	10
12. Conclusión.....	11



1. Introducción

La transparencia en la información dirigida al consumidor es un pilar fundamental en las prácticas responsables de las empresas. Este indicador mide la capacidad de las organizaciones para comunicar de manera clara, precisa y accesible los detalles relevantes de sus productos o servicios, como ingredientes, procesos de producción, impacto ambiental, precios y condiciones de uso.

Garantizar la transparencia fomenta la confianza y la fidelidad de los consumidores, al permitirles tomar decisiones informadas y responsables. Este enfoque no solo responde a las expectativas de un mercado cada vez más exigente, sino que también fortalece la reputación corporativa y promueve una cultura de consumo ético. La adopción de este indicador impulsa a las empresas a implementar estándares claros y sistemas efectivos que aseguren la veracidad de la información proporcionada, evitando ambigüedades o prácticas engañosas.

En el contexto del Distintivo ESR®, la información transparente al consumidor refuerza el compromiso de las empresas con la responsabilidad social, contribuyendo a una relación más equitativa y respetuosa con sus públicos de interés.

2. Indicadores relacionados con la información transparente al consumidor

Indicadores	Ámbito	Descripción
Cumplimiento laboral, de salud y seguridad	Asuntos de consumidores	Este indicador asegura que las empresas cumplan con las leyes y normativas laborales
Condiciones de trabajo	Asuntos de consumidores	Relacionado con la información transparente, este indicador garantiza que las condiciones laborales
Salud y seguridad ocupacional	Asuntos de consumidores	Está enfocado en las políticas y acciones tomadas por la empresa
Igualdad de género	Asuntos de consumidores	Mide la promoción de políticas de igualdad de género y la transparencia sobre las mismas también se vinculan con una política general de información transparente



3. Industrias donde es relevante desarrollar la información transparente al consumidor.

Industria	Importancia
Comercio al por mayor	Es crucial para brindar información clara sobre productos, ayudando a los consumidores a tomar decisiones informadas.
Servicios financieros y de seguros	Fundamental para asegurar que los clientes comprendan los términos y condiciones de productos financieros y seguros.
Industria manufacturera	Importante para proporcionar información detallada sobre la composición y uso de los productos.
Servicios de salud y de asistencia social	Esencial para garantizar que los pacientes comprendan los beneficios y riesgos de los servicios y productos de salud.
Industria de alimentos y bebidas	Vital para comunicar claramente los ingredientes, valores nutricionales y alérgenos de los productos.
Servicios de telecomunicaciones	Necesario para que los clientes conozcan los costos, características y limitaciones de los servicios contratados.
Servicios educativos	Importante para ofrecer información clara sobre programas, costos y beneficios de la oferta educativa.

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 26000	Guía de responsabilidad social, promueve la transparencia en la información proporcionada al consumidor.	Alta
Norma	ISO 9001	Gestión de calidad en procesos, incluye estándares de claridad y precisión en la	Alta



		información al cliente.	
Certificación	GRI (Global Reporting Initiative)	Marco de reportes de sostenibilidad, indicadores relacionados con la transparencia al consumidor.	Alta
Certificación	Ecovadis	Evalúa sostenibilidad empresarial, incluye prácticas relacionadas con información transparente.	Alta
Certificación	B Corporation Certification	Certificación para empresas que promueven transparencia y ética en sus prácticas de comunicación al consumidor.	Media
ODS	ODS 12: Producción y consumo responsables	Promueve la producción y el consumo responsables mediante información accesible y veraz.	Alta
ODS	ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas	Fomenta instituciones responsables y transparentes en la comunicación con el consumidor.	Alta
Ley	Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC)	Protege los derechos del consumidor garantizando acceso a información clara y	Alta



		precisa sobre bienes y servicios.	
Ley	Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública	Establece obligaciones para el acceso responsable y transparente a la información pública.	Alta
Buena Práctica	Desarrollo de estrategias de comunicación clara y accesible al consumidor	Implementación de herramientas y estrategias para garantizar que el consumidor reciba información clara, oportuna y comprensible.	Alta

5. Factores que influyen en la información transparente al consumidor

- **Políticas claras y transparentes:** Las empresas deben establecer políticas internas que aseguren que la información que se proporciona a los consumidores es clara y completa en cuanto a derechos laborales, condiciones laborales, y el cumplimiento de normativas éticas.
- **Capacitación y sensibilización:** Proporcionar capacitación a los empleados y colaboradores en relación con los derechos laborales y las políticas de la empresa en torno a la transparencia de la información, asegurando que estén al tanto de las normativas y puedan comunicarlas adecuadamente.
- **Mecanismos de denuncia y retroalimentación:** Implementar canales confidenciales para que los empleados, proveedores y consumidores puedan reportar cualquier irregularidad relacionada con los derechos laborales y la transparencia en la información proporcionada.
- **Auditorías y monitoreo:** Realizar auditorías internas y monitorear el cumplimiento de las políticas de transparencia y derechos laborales para garantizar que se sigan los procedimientos y normativas vigentes.
- **Comunicación y divulgación:** Las empresas deben ser transparentes al comunicar sus políticas, acciones y resultados en cuanto al cumplimiento de las normativas laborales y la ética. Esto incluye la divulgación de informes que detallen sus prácticas de responsabilidad social empresarial y su impacto.



6. Creación de un programa RSE para información transparente al consumidor

- **Definir las Políticas de Transparencia:** Desarrolla políticas claras que expliquen cómo la empresa comunicará de manera transparente la información relevante al consumidor. Esto debe incluir productos, servicios, riesgos, beneficios y cualquier otra información esencial.
- **Desarrollar Material de Información:** Genera material comprensible y accesible para el público.
- **Implementar Canales de Comunicación:** Asegúrate de que existan múltiples canales a través de los cuales los consumidores puedan acceder a la información, tales como:
- **Capacitación Interna:** Capacita a los empleados en la importancia de la transparencia y en cómo manejar consultas de los consumidores. Asegúrate de que todo el personal que esté en contacto con los clientes pueda explicar de manera clara la información proporcionada.
- **Auditoría y Mejora Continua:** Desarrolla indicadores clave de desempeño (KPI) para medir la efectividad de la transparencia en la información que brindas al consumidor, como la cantidad de consultas resueltas, tiempo de respuesta, y niveles de satisfacción de los consumidores.
- **Reportar y Divulgar:** Comunica los resultados de las auditorías y las mejoras en los informes anuales de sostenibilidad o en reportes específicos que se presenten a los *stakeholders* y al público en general.

7. Beneficios empresariales por fomentar la información transparente al consumidor

- **Fomentar la confianza del consumidor:** Los consumidores valoran a las empresas que son transparentes sobre sus productos, servicios y prácticas. Esto fortalece la relación entre la empresa y los clientes.
- **Mejorar la reputación corporativa:** Una empresa que comunica de manera abierta sobre la procedencia, composición y calidad de sus productos es percibida como ética y responsable.
- **Facilitar decisiones informadas:** Los consumidores que reciben información clara sobre los productos pueden tomar decisiones más conscientes, lo que puede llevar a una mayor satisfacción y lealtad.
- **Cumplir con las normativas legales:** La transparencia es clave para cumplir con las regulaciones y normativas de protección al consumidor, evitando posibles sanciones y problemas legales.
- **Promover la sostenibilidad:** Al proporcionar detalles sobre el impacto ambiental y social de los productos, las empresas ayudan a fomentar un consumo más responsable y sostenible.



8. Riesgos empresariales por no fomentar la información transparente al consumidor.

- **Exceso de Información:** Proporcionar demasiada información puede abrumar al consumidor, llevándolo a confusiones o dificultando la toma de decisiones. Este riesgo es particularmente relevante si la información no está organizada de manera clara o accesible.
- **Cumplimiento Normativo Estricto:** Mantener altos estándares de transparencia puede requerir cumplir con regulaciones cada vez más estrictas. Esto puede generar costos adicionales para la empresa al tener que actualizar constantemente sus prácticas y materiales de comunicación para asegurar el cumplimiento normativo.
- **Daño a la Reputación:** Si la información proporcionada resulta ser inexacta o incompleta, la empresa podría enfrentar un daño a su reputación. Los consumidores pueden sentirse engañados si perciben que la transparencia es insuficiente o si la información no refleja la realidad.
- **Riesgo Legal:** La falta de claridad o el incumplimiento en la divulgación de información importante puede llevar a sanciones legales o demandas por parte de los consumidores o reguladores. Este riesgo se incrementa en industrias reguladas como la alimentación, salud o productos financieros.
- **Costos Operativos:** Implementar y mantener sistemas que aseguren una comunicación clara y transparente puede generar altos costos operativos, especialmente en empresas con una amplia gama de productos o servicios.

9. Herramientas para fomentar la información transparente al consumidor

- **Transparencia en la comunicación:** Se enfatiza la necesidad de que las empresas comuniquen de manera abierta y clara sus políticas y acciones relacionadas con la RSE, en especial en temas como el trabajo infantil y los derechos laborales. Esto incluye la divulgación de informes de sostenibilidad para mantener informados a los stakeholders.
- **Capacitación y concientización:** La empresa debe capacitar tanto a sus empleados como a sus proveedores en temas como los derechos de los trabajadores, las leyes laborales y las normativas de la empresa, lo que ayuda a mejorar la transparencia.
- **Auditorías y monitoreo:** Para asegurar el cumplimiento de las políticas de transparencia y RSE, la empresa debe implementar auditorías periódicas y sistemas de monitoreo. Esto puede incluir revisiones internas y evaluaciones de proveedores.
- **Mecanismos de denuncia:** La empresa debe establecer canales accesibles y confidenciales para que los empleados y proveedores puedan reportar cualquier irregularidad relacionada con los derechos laborales o la retención de información.



- **Uso de tecnología:** Se sugiere la utilización de herramientas tecnológicas como *blockchain* o sistemas de gestión de la cadena de suministro para mejorar la trazabilidad y la transparencia

10. Mejores Practicas en información transparente al consumidor dentro del Distintivo ESR®

- **Transparencia en la Comunicación:** Ser claro y abierto con los consumidores, asegurándose de divulgar toda la información relevante sobre los productos y servicios, incluyendo las medidas de responsabilidad social empresarial (RSE) adoptadas por la empresa. Esto también incluye la divulgación de informes de sostenibilidad y resultados de las auditorías relacionadas.
- **Tecnologías de Trazabilidad:** Implementar tecnologías innovadoras como *blockchain* para mejorar la trazabilidad en la cadena de suministro y garantizar que los consumidores puedan verificar el origen de los productos y las prácticas responsables de la empresa.
- **Auditorías y Monitoreo:** Realizar auditorías internas y externas periódicas para evaluar el cumplimiento de las políticas de transparencia. Esto asegura que la información proporcionada a los consumidores sea precisa y actualizada.
- **Capacitación:** Capacitar a empleados y proveedores para asegurar que comprendan la importancia de la transparencia en la información y sepan cómo comunicarla de manera efectiva a los consumidores.
- **Participación de los Grupos de Interés:** Involucrar a los *stakeholders* en el proceso de revisión de las políticas de transparencia, solicitando retroalimentación para mejorar continuamente la calidad y claridad de la información brindada.

11. Propuesta de métricas de impacto para medir la información transparente al consumidor dentro del marco del Distintivo ESR®.

Definir métricas para el indicador Información Transparente al Consumidor es esencial para evaluar cómo la empresa comunica de forma clara y accesible los detalles de sus productos o servicios. Estas métricas garantizan que la información proporcionada sea comprensible, relevante y contribuya a fortalecer la confianza del consumidor.

11.1. Fase 1: Inicio

- **Porcentaje de productos con información clara y accesible:** Proporción de productos que cuentan con etiquetas, fichas técnicas o información digital que incluye detalles básicos como ingredientes, precio y condiciones de uso frente al total de productos disponibles.
- **Número de quejas relacionadas con falta de claridad en la información:** Cantidad de quejas o consultas de los consumidores relacionadas con información incompleta, confusa o incorrecta durante un período específico.



- **Tasa de cumplimiento con regulaciones básicas de etiquetado:** Porcentaje de productos que cumplen con los requisitos legales mínimos de información, según las normativas locales o internacionales aplicables.
- **Frecuencia de actualizaciones de la información del producto:** Cantidad de veces que la empresa actualiza y valida la información proporcionada sobre productos y servicios en un período determinado.

11.2. Fase 2: Desarrollo

- **Porcentaje de consumidores que reconocen entender la información proporcionada:** Proporción de consumidores que, mediante encuestas o estudios, afirman haber comprendido claramente los datos proporcionados sobre los productos o servicios.
- **Porcentaje de canales digitales con información transparente:** Proporción de plataformas digitales, como sitios web o aplicaciones, que cumplen con estándares de transparencia en la presentación de información al consumidor.
- **Tasa de capacitación interna sobre transparencia:** Porcentaje de empleados capacitados en comunicación transparente y en la importancia de proporcionar información clara al consumidor.

11.3. Fase 3: Madurez

- **Índice de satisfacción del consumidor relacionado con la información:** Porcentaje de consumidores que califican como excelente o muy buena la claridad y accesibilidad de la información proporcionada, basado en encuestas de satisfacción.
- **Tasa de productos con información expandida o adicional:** Proporción de productos que incluyen detalles adicionales, como origen de los materiales, impacto ambiental o recomendaciones de uso, en comparación con el total de productos.
- **Reducción de consultas o quejas por falta de claridad:** Disminución en la cantidad de consultas o reclamaciones relacionadas con información confusa o incompleta, comparado con períodos anteriores.

11.4. Desarrollo de las métricas

1. **Establecer lineamientos claros de transparencia:** Diseñar y formalizar políticas internas que definan los estándares mínimos de información que se debe proporcionar sobre productos y servicios, alineándolos con las expectativas de los consumidores y las normativas legales.
2. **Implementar herramientas tecnológicas para la gestión de información:** Adoptar plataformas digitales que permitan almacenar, actualizar y verificar de



forma eficiente la información del producto, como sistemas de gestión de contenido (CMS) o aplicaciones de seguimiento y etiquetado.

3. **Diseñar procesos de revisión y validación:** Establecer revisiones periódicas de la información presentada, incluyendo auditorías internas y externas para garantizar que sea precisa, clara y alineada con los requisitos de transparencia.
4. **Invertir en capacitación del personal:** Capacitar a los empleados en la importancia de la transparencia en la comunicación y en el manejo adecuado de herramientas tecnológicas relacionadas con la presentación de información al consumidor.
5. **Monitorear la percepción del consumidor:** Realizar encuestas regulares para entender cómo los consumidores perciben la claridad y accesibilidad de la información proporcionada, utilizando los resultados para ajustar y mejorar continuamente.

La definición de las métricas debe considerar los siguientes aspectos:

- **Tamaño de Empresa:** Empresas pequeñas pueden enfocarse en proporcionar información básica de productos en etiquetas físicas y plataformas accesibles, priorizando métricas como el cumplimiento normativo básico. Las medianas empresas deben incluir métricas más avanzadas, como encuestas de percepción del consumidor y auditorías internas. Las grandes empresas deben integrar herramientas innovadoras, como códigos QR, y medir la satisfacción del consumidor a través de múltiples canales.
- **Madurez de la Industria:** En industrias emergentes, las métricas deben enfocarse en establecer estándares básicos de información clara y accesible. En sectores en desarrollo, se debe priorizar la validación y revisión de la información, aumentando la confianza de los consumidores. En industrias maduras, las métricas deben evaluar la innovación en la presentación de información y el cumplimiento con estándares internacionales.
- **Recursos Disponibles:** Empresas con recursos limitados deben emplear herramientas simples y de bajo costo para gestionar y revisar la información. Las empresas con recursos moderados pueden implementar sistemas digitales para la actualización automatizada de datos. Las empresas con mayores recursos deben invertir en soluciones avanzadas, como inteligencia artificial para personalizar la información presentada al consumidor.

12. Conclusión

La implementación del indicador de "información transparente al consumidor" en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica una serie de acciones y mejores prácticas orientadas a garantizar que las empresas comuniquen de manera clara



y accesible su información, fomentando la confianza y el compromiso con los consumidores.

Herramientas clave: incluyen la capacitación de empleados y proveedores, la implementación de auditorías y monitoreo, el uso de tecnologías de trazabilidad como *blockchain*, y la creación de canales de denuncia para garantizar que cualquier irregularidad sea reportada y corregida de manera efectiva.

Mejores prácticas: la empresa debe fomentar la transparencia a través de la divulgación regular de informes de sostenibilidad, la participación activa de los grupos de interés, y la incorporación de tecnologías que mejoren la trazabilidad y confianza en la cadena de suministro.

Métricas de impacto: se evalúan en tres fases: inicio, desarrollo y madurez. En la fase de inicio, se establecen políticas y bases de datos. Durante la fase de desarrollo, se implementan herramientas tecnológicas y auditorías. En la fase de madurez, se consolidan los sistemas de auditoría y trazabilidad, midiendo el impacto a través de indicadores como la satisfacción del consumidor y el cumplimiento de auditorías.

En cada fase, la mejora continua y la evaluación de los procesos son fundamentales para asegurar la efectividad del programa y mantener la confianza del consumidor en el compromiso de la empresa con la transparencia