

Nivel de evidencia	3	Fase	Implementación
--------------------	---	------	----------------

Ámbito	Asuntos de consumidores	Sub-ámbito	Educación y toma de conciencia
--------	-------------------------	------------	--------------------------------

Indicador	Educación sobre producto para decisión de compra	Id	S-ES-Nivel-3-001
-----------	--	----	------------------

Descripción	Permite conocer si la entidad implementa mecanismos, herramientas y acciones para educar a los consumidores sobre las características, uso, beneficios e impactos de sus productos o servicios, facilitando decisiones de compra informadas, responsables y alineadas con sus necesidades.
-------------	--

Métrica	<i>Porcentaje de consumidores alcanzados con información educativa del producto</i>
---------	---

Definición	Proporción de consumidores que han sido impactados por materiales o acciones educativas sobre el producto (guías, campañas, contenidos, asesorías, etc.).
Fórmula	$\frac{\# \text{ de consumidores alcanzados}}{\text{Total de consumidores objetivo}} \times 100$
Nota:	El alcance puede medirse a través de distintos canales (digitales, físicos, puntos de venta). Se recomienda evitar duplicidades y definir claramente la población objetivo.

Unidad de medida	Porcentaje %
------------------	--------------

- Anual.

Responsable de la medición	
----------------------------	--

- La persona responsable de proveer la medición en los periodos establecidos.

Fecha de medición		
Medición (métrica)	Año 1	Comentario
<i>Porcentaje de consumidores alcanzados con información educativa del producto</i>		

Métrica	<i>Porcentaje de cumplimiento en protección de datos personales</i>
----------------	---

Definición	Proporción de procesos, áreas o sistemas que cumplen con los lineamientos internos y normativas aplicables en materia de protección de datos personales.
Fórmula	$\frac{\# \text{ de procesos o áreas que cumplen}}{\text{Total de procesos o áreas evaluadas}} \times 100$
Nota:	La medición puede realizarse mediante encuestas, evaluaciones de comprensión o retroalimentación directa. Es importante utilizar instrumentos consistentes para asegurar comparabilidad.

Unidad de medida	Porcentaje, con dos decimales.
-------------------------	--------------------------------

- Anual.

Responsable de la medición	
-----------------------------------	--

- La persona responsable de proveer la medición en los periodos establecidos.

Fecha de medición		
Medición (métrica)	Año 1	Comentario
<i>Porcentaje de cumplimiento en protección de datos personales</i>		

Métrica	<i>Reducción de incidencias por uso incorrecto del producto</i>
----------------	---

Definición	Disminución en el número de incidencias (quejas, devoluciones, mal uso) relacionadas con falta de entendimiento del producto.
Fórmula	$\frac{\text{Incidencias base} - \text{Incidencias actuales}}{\text{Incidencias base}} \times 100$
Nota:	Se debe establecer una línea base clara. Este indicador permite evaluar la efectividad de las acciones educativas en el comportamiento del consumidor.

Unidad de medida	Porcentaje %
-------------------------	--------------

- Anual

Responsable de la medición	
-----------------------------------	--

- La persona responsable de proveer la medición en los periodos establecidos.

Fecha de medición		
Medición (métrica)	Año 1	Comentario
<i>Reducción de incidencias por uso incorrecto del producto</i>		