

Nivel de evidencia	5	Fase	Mejor práctica
--------------------	---	------	----------------

Ámbito	Asuntos de consumidores	Sub-ámbito	Prácticas justas de marketing
--------	-------------------------	------------	-------------------------------

Indicador	Información transparente al consumidor	Id	S-IT-Nivel-5-001
-----------	--	----	------------------

Analizar la contribución del indicador al modelo de negocio.

Exponer las razones de la relevancia estratégica del indicador.	
---	--

Identificar y gestionar alianzas con organismos externos para potenciar la adopción y el impacto del indicador en el sector.

Nombre de la alianza	
Fecha inicio de alianza	
Actores	
Propósito	

A continuación, se detallan ejemplos de documentos y registros que sirven como evidencia de alianza para este indicador:

- **Colaboración con organismos regulatorios y asociaciones**
Participación en iniciativas para mejorar estándares de etiquetado, comunicación y protección al consumidor.
- **Alianzas con la cadena de valor**
Trabajo conjunto con proveedores y distribuidores para asegurar información consistente y transparente en todos los puntos de contacto.
- **Convenios con ONGs y academia**
Desarrollo de estudios sobre comprensión del consumidor, mejora de etiquetado o comunicación clara.
- **Vinculación con organismos de certificación**
Obtención de certificaciones o validaciones externas relacionadas con transparencia y calidad de la información.

Tipos de documentos que sirven de evidencia para el nivel 5

- **Políticas y lineamientos de comunicación transparente al consumidor.**
- **Reportes de evaluación de comprensión y satisfacción del consumidor.**
- **Evidencia de certificaciones o validaciones externas.**

- **Resultados de auditorías o revisiones de información al consumidor.**
- **Indicadores de mejora en confianza, reducción de quejas o claridad de información.**

Realiza un estudio de SROI	
----------------------------	--

- Para demostrar un estudio de **SROI (Retorno Social de la Inversión)** en el indicador de **Información transparente al consumidor**, la empresa debe presentar evidencia que vaya más allá del ahorro económico interno (ROI tradicional) y cuantifique el valor social generado para sus grupos de interés.

Evidencias clave de un estudio de SROI para este indicador

Un estudio de SROI robusto para salud ocupacional debe incluir los siguientes componentes como evidencia:

1. Mapa de impacto (teoría del cambio)

Es un documento que desglosa la cadena de valor del programa de salud. Debe mostrar:

- **Insumos:** Inversión en sistemas de información, etiquetado, comunicación y capacitación.
- **Productos (outputs):** Mejora en materiales informativos, canales de comunicación y cobertura.
- **Resultados (outcomes):** Mayor comprensión del consumidor, reducción de errores de compra, aumento en la confianza.
- **Impacto:** Mejora en el bienestar del consumidor y en la transparencia del mercado.

A diferencia de un reporte financiero común, el SROI asigna un valor económico a beneficios no financieros. La evidencia debe mostrar cómo la empresa calculó el valor de:

- Reducción de costos por reclamaciones o devoluciones.
- Ahorro de tiempo y recursos para los consumidores al tomar decisiones informadas.
- Incremento en confianza y valor percibido.

3. Informe de consulta a grupos de interés

El SROI requiere que los afectados definan qué es valioso para ellos. La evidencia incluye:

- **Encuestas, entrevistas o estudios para evaluar percepción, confianza y nivel de comprensión de la información.**

4. Ratio de SROI y reporte de transparencia

Relación entre la inversión en transparencia y el valor social generado, presentada en reportes de sostenibilidad.