

**IP**

Protocolos de los Indicadores G3:  
Responsabilidad sobre  
productos (PR)

## Responsabilidad sobre productos Indicadores de desempeño

### Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente

**PR1** Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

**PR2** Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

### Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios

**PR3** Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.

**PR4** Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

**PR5** Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.

### Aspecto: Comunicaciones de Marketing

**PR6** Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios

**PR7** Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

### Aspecto: Privacidad del Cliente

**PR8** Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

**PR9** Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.



## Relevancia

El conjunto de Indicadores de Responsabilidad sobre Productos aborda los efectos de la gestión de productos y servicios sobre los clientes y usuarios. Se espera que las organizaciones dediquen al diseño de sus productos y servicios la debida atención para asegurar que se ajustan al uso al que van destinados y que no representan un peligro no intencionado para la salud y la seguridad.

Además, la información relativa tanto a productos y servicios como a usuarios debe tener en cuenta las necesidades de información de los clientes y su derecho a la privacidad. Los indicadores suelen estar organizados por parejas, con un Indicador Básico cuyo propósito es informar sobre los procedimientos para abordar este aspecto, y un Indicador Adicional que informa sobre el grado de cumplimiento.

## Definiciones

### Tipo de incumplimiento

Sentencia judicial sobre la incapacidad de actuar de acuerdo con la regulación legal o las leyes, clasificada según la naturaleza de la ley o norma incumplida.

### Información/etiquetado de productos y servicios

Las palabras "información" y "etiquetado" se utilizan indistintamente y se refieren a la comunicación que se entrega con el producto o servicio y describe sus características.

### Privacidad del cliente

Es el derecho del cliente a su privacidad y anonimato personal, e incluye temas como la protección de datos personales, el uso de información y datos exclusivamente para el fin original (salvo que explícitamente se haya establecido lo contrario), la obligación de mantener la confidencialidad y la protección contra el mal uso o el robo. Se entiende que el término "cliente" incluye tanto al cliente final (consumidor) como a las empresas clientes.

### Comunicaciones comerciales

Son el conjunto de estrategias, sistemas, métodos y actividades que utiliza una organización para promover su

reputación, marcas, productos y servicios entre su público objetivo. Las comunicaciones comerciales pueden incluir actividades tales como publicidad, venta directa, actividades promocionales, relaciones públicas y patrocinios.

## Referencias generales

Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Revisión 2000.



**PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.**

**1. Relevancia**

Esta medida ayuda a identificar la existencia y el alcance de los esfuerzos sistemáticos para abordar la salud y seguridad a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio. Los clientes esperan que los productos y servicios cumplan las funciones previstas de forma satisfactoria y que no supongan un riesgo para la salud y la seguridad. Esta responsabilidad no sólo está sujeta a leyes y normas, sino que también se aborda desde códigos de cumplimiento voluntario en las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Revisión 2000.

Los esfuerzos realizados para proteger la salud y la seguridad de quienes utilizan o facilitan productos o servicios tienen un impacto directo sobre la reputación de la organización, su situación legal y financiera, su posicionamiento en el mercado en cuanto a calidad y también sobre la motivación de los empleados.

**2. Recopilación**

**2.1** Detalle para cada una de las siguientes etapas del ciclo de vida si el impacto sobre la salud y la seguridad de los productos y servicios está sujeto a procesos de evaluación para su mejora:

	Sí	No
Desarrollo de concepto del producto		
I+D		
Certificación		
Fabricación y producción		
Marketing y promoción		
Almacenaje, distribución y suministro		
Utilización y servicio		
Eliminación, reutilización o reciclaje		

**2.2** Indique el porcentaje de productos y categorías de servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se pueden utilizar los informes de los departamentos de ventas y jurídico de la organización, así como la documentación recogida por los sistemas de control de calidad.

**5. Referencias**

Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Revisión 2000.



**PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.**

**1. Relevancia**

La protección de la salud y la seguridad es un objetivo reconocido por numerosas regulaciones nacionales e internacionales. El incumplimiento de la regulación legal pone de manifiesto que los procedimientos y sistemas de gestión internos son inadecuados, o bien que no han sido implementados de modo eficaz. Además de tener consecuencias financieras directas, el incumplimiento continuado supone un incremento del riesgo financiero, ya que se daña tanto la reputación de la organización como la motivación de los empleados. El número de incumplimientos debe ser el más bajo posible. La tendencia mostrada por este indicador puede reflejar las mejoras o deterioros en la efectividad de los controles internos.

**2. Recopilación**

- 2.1** Este indicador se aplica al ciclo de vida de un producto o servicio desde el momento en que está disponible para ser utilizado y sujeto, por tanto, a la normativa sobre salud y seguridad de productos y servicios.
- 2.2** Si la organización informante no detecta ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya adoptado, bastará con exponer una breve declaración sobre este tema.
- 2.3** Identifique el número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a la salud y la seguridad de productos y servicios durante el periodo objeto del informe.
- 2.4** Este indicador se refiere a incidentes derivados del incumplimiento durante el período objeto del informe. Debe indicarse si un número significativo de incidentes se refiere a años precedentes.

**2.5** No se contabilizan en este indicador los casos de incumplimiento en los que la organización no mostró intencionalidad.

**2.6** Indique el número total de incidentes derivados del incumplimiento respecto a la salud y seguridad de productos y servicios, clasificados según:

- Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal con resultado de multa o sanción,
- Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal con resultado de amonestación, e
- Incidentes derivados del incumplimiento de códigos voluntarios.

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se pueden utilizar los informes de los departamentos legal y de I+D de la organización, así como la documentación recogida por los sistemas de control de calidad.

**5. Referencias**

Ninguna.



**PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios requerida por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.**

**1. Relevancia**

Los clientes y usuarios necesitan disponer de información accesible y correcta acerca del impacto sobre la sostenibilidad (positivo o negativo) de los productos y servicios para que puedan elegir qué comprar y para que estas preferencias se reflejen en el mercado.

El hecho de facilitar la debida información y etiquetado acerca del impacto sobre la sostenibilidad está directamente relacionado con el cumplimiento de ciertos tipos de regulaciones y códigos (como las leyes nacionales o las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales) e incluso con posibles estrategias de marca y diferenciación en el mercado. Esta medida indica el grado en que la información y el etiquetado abordan el impacto sobre la sostenibilidad de un producto o servicio.

**2. Recopilación**

**2.1** Detalle si los procedimientos sobre información y etiquetado de la organización exigen la siguiente información sobre un producto o servicio:

	Sí	No
Procedencia de los componentes del producto o servicio.		
Contenido, especialmente respecto a sustancias que podrían tener impacto medioambiental o social.		
Utilización segura del producto o servicio		
Forma de eliminación del producto y su impacto medioambiental o social		
Otros (especificar)		

**2.2** Indique el porcentaje de productos y categorías de servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se pueden utilizar los informes de los departamentos de ventas y jurídico de la organización, así como la documentación recogida por los sistemas de control de calidad.

**5. Referencias**

Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Revisión 2000.



**PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.**

**1. Relevancia**

La presentación y el suministro de información y etiquetado para productos y servicios están sujetos a numerosas leyes y regulaciones. El incumplimiento indica que los sistemas de gestión internos son inadecuados o que la implementación ha sido ineficaz. Además de las consecuencias financieras directas, tales como multas o sanciones, el incumplimiento supone un riesgo para la reputación de la organización y para la fidelidad y satisfacción del cliente. El número de incumplimientos debe ser el más bajo posible. La tendencia que muestre este indicador puede señalar las mejoras o deterioros en la efectividad de los controles internos.

**2. Recopilación**

- 2.1** Este indicador hace referencia a los incidentes de incumplimiento acaecidos durante el periodo objeto del informe. Se deberán mencionar los incidentes debidos a acciones de años anteriores, cuando su cifra sea importante.
- 2.2** Si la organización informante no detecta ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya adoptado, bastará con exponer una breve declaración sobre este tema.
- 2.3** Identifique el número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a la salud y la seguridad de productos y servicios durante el periodo objeto del informe.
- 2.4** No se contabilizan en este indicador los incidentes derivados del incumplimiento en los casos en que la organización no mostró intencionalidad.

**2.5** Indique el número total de incidentes de incumplimiento derivados de la regulación relativa a la información y al etiquetado de productos y servicios, clasificados según:

- Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal con resultado de multa o sanción,
- Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal con resultado de amonestación, e
- Incidentes derivados del incumplimiento de los códigos voluntarios.

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se pueden utilizar los informes de los departamentos legal y técnico de la organización, así como la documentación recogida por los sistemas de control de calidad.

**5. Referencias**

Ninguna.



**PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.****1. Relevancia**

La satisfacción del cliente mide la sensibilidad de una organización respecto a las necesidades de sus clientes y, desde la perspectiva organizacional, es clave para tener éxito a largo plazo. En el contexto de la sostenibilidad, la satisfacción del cliente facilita información interna sobre el modo en que la organización plantea su relación con un grupo objetivo (los clientes). También puede ser utilizada en combinación con otras medidas de sostenibilidad. En combinación con otras medidas, la satisfacción del cliente puede facilitar información sobre el grado en que una organización toma en consideración las necesidades de otros grupos de interés.

**2. Recopilación**

**2.1** Indique las prácticas dirigidas a evaluar y mantener la satisfacción del cliente, tales como:

- Frecuencia de los estudios de satisfacción del cliente,
- Requisitos estándar respecto a la metodología de los estudios, y
- Mecanismos que tienes los clientes para hacer llegar sus opiniones.

**2.2** Indique los resultados o conclusiones clave de los estudios (basados en muestras estadísticamente relevantes) llevados a cabo durante el período objeto del informe, relativos a información sobre:

- La Organización como tal,
- Una categoría principal de productos o servicios, o
- Lugares significativos donde se realizan operaciones.

**2.3** Indique a qué categoría de productos o servicios o a qué lugar de operaciones se refiere cada uno de los informes de resultados que presente.

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se pueden utilizar los informes de los departamentos de relaciones con clientes de la organización e I+D.

**5. Referencias**

Ninguna.





**PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en las comunicaciones de marketing, incluidas la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.**

**1. Relevancia**

Las comunicaciones comerciales están diseñadas para influir en la opinión y en las decisiones de compra. Las comunicaciones comerciales que no cumplen con los valores generalmente aceptados sobre estándares éticos o culturales, la intrusión en la privacidad, o los intentos por influenciar a colectivos vulnerables como la infancia, puede ocasionar un problema importante para los grupos de interés, como demuestra el crecimiento de los movimientos de defensa del consumidor. Las estrategias comerciales que se perciben como inapropiadas pueden conllevar riesgos para la organización, incluido el alejamiento de los consumidores y otros interesados, daños a la reputación, costes financieros y acciones legales.

Además de los marcos legales nacionales e internacionales, los códigos voluntarios y de autorregulación (como el Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara Internacional de Comercio, o las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales) tratan de introducir criterios de responsabilidad en las comunicaciones de marketing.

**2. Recopilación**

- 2.1** Indique qué códigos o estándares voluntarios relativos a las comunicaciones comerciales se aplican en la organización.
- 2.2** Indique la frecuencia con que la organización revisa el cumplimiento de dichos códigos o estándares.
- 2.3** Indique si la organización vende productos que están:
- Prohibidos en algunos mercados, o
  - Son objeto de discusión entre los grupos de interés o constituyen un tema de debate público.
- 2.4** Indique cómo la organización ha respondido a preguntas o preocupaciones sobre estos productos

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se puede utilizar los informes de los departamentos jurídicos, de ventas y comercial.

**5. Referencias**

- Las recomendaciones de la Cámara Internacional de Comercio (por ejemplo, el Código Internacional de Prácticas Publicitarias) y códigos de conducta relacionados.
- Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Revisión 2000.



**PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes**

**1. Relevancia**

El incumplimiento indica que los sistemas de gestión internos son inadecuados o que la implementación ha sido ineficaz. Además de las consecuencias económicas directas, tales como sanciones y multas, el incumplimiento supone riesgos para la reputación y la fidelidad y satisfacción del cliente. El número de incumplimientos debe ser el más bajo posible. La tendencia que muestre este indicador puede indicar las mejoras o deterioros en la efectividad de los controles internos.

**2. Recopilación**

- 2.1** Este indicador hace referencia a los incidentes de incumplimiento durante el período objeto del informe. Se deberá indicar si un número significativo de incidentes se refiere a acciones de años anteriores.
- 2.2** Si la organización informante no ha detectado ningún caso de incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios que haya adoptado, bastará con exponer una breve declaración sobre este tema.
- 2.3** Identifique el número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal y voluntaria relativas a las comunicaciones comerciales durante el periodo objeto del informe.
- 2.4** No se contabilizan en este indicador los incidentes derivados del incumplimiento en los casos en que la organización estaba decidida a no incurrir en error.
- 2.5** Indique el número total de incidentes de incumplimiento de las regulaciones relativas a la información y al etiquetado de productos y servicios, clasificados según:
- Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal con resultado de multa o sanción,
  - Incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal con resultado de amonestación, e
  - Incidentes derivados del incumplimiento de los códigos voluntarios.

**3. Definiciones**

Ninguna.

**4. Documentación**

Como fuentes de información se pueden utilizar los informes de los departamentos jurídicos, comercial y de ventas.

**5. Referencias**

Ninguna.



## **PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.**

### **1. Relevancia**

La protección de la privacidad del cliente es un objetivo generalmente reconocido por las políticas regulación legal nacionales e internacionales. El incumplimiento indica que los sistemas de gestión internos son inadecuados o que la implementación ha sido ineficaz. Este indicador suministra una evaluación sobre el éxito de los sistemas de gestión y procedimientos relativos a la protección de la privacidad de los clientes. El número de incumplimientos debe ser el más bajo posible. La tendencia que señale este indicador puede indicar las mejoras o deterioros en la efectividad de los controles internos.

### **2. Recopilación**

- 2.1** Indique el número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad de los clientes durante el período objeto del informe.
- 2.2** Se deberá indicar si un número significativo de estas reclamaciones se refiere a acciones de años anteriores.
- 2.3** Indique el número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad, clasificados según:
  - Reclamaciones recibidas de terceros, Fundamentadas por la organización, y
  - Reclamaciones de los órganos reguladores.
- 2.4** Indique el número total de filtraciones, robos o pérdidas de datos personales que se han identificado.
- 2.5** Si la organización informante no ha detectado ninguna queja fundamentada, bastará con una breve declaración sobre este tema.

### **3. Definiciones**

#### **Respeto a la privacidad del cliente**

Se refiere a cualquier incumplimiento de la regulación legal y de los estándares (voluntarios) que haya suscrito la organización informante relativos a la protección de la privacidad de los clientes.

#### **Reclamación fundamentada**

Declaración escrita realizada por un organismo regulador o similar, dirigida a la organización informante en la que se detalle la reclamación respecto a la privacidad, o una queja recogida por una organización reconocida como legítima por la organización.

### **4. Documentación**

La información puede recogerse de los departamentos responsables de atención al cliente, relaciones públicas y/o asuntos legales.

### **5. Referencias**

Ninguna.



## **PR9 Importe de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.**

## **5. Referencias**

Ninguna.

### **1. Relevancia**

El grado de incumplimiento es un indicador de la capacidad de garantizar que las operaciones cumplen con determinados parámetros de desempeño. Desde un punto de vista económico, garantizar el cumplimiento ayuda a reducir riesgos financieros directos, tales como las multas, o riesgos indirectos debidos a los impactos sobre la reputación. La solidez del historial de cumplimiento puede también afectar a la capacidad de crecimiento de las operaciones o de conseguir autorizaciones.

### **2. Recopilación**

**2.1** Indique las sanciones administrativas o judiciales impuestas a la organización fruto del incumplimiento de la normativa o regulaciones legales, incluidos tratados, convenciones o declaraciones internacionales, y regulaciones legales nacionales, sub-nacionales, regionales o locales relativas a la provisión y uso de los productos y servicios de la organización objeto del informe. La información relevante para este indicador incluye los datos de los indicadores PR2, PR4 y PR7, aunque no se limita a ellos.

**2.2** Indique el importe total de las multas significativas.

**2.3** Si la organización informante no ha detectado ningún caso de incumplimiento de leyes o regulaciones legales, bastará con una breve declaración sobre este tema.

### **3. Definiciones**

Ninguna.

### **4. Documentación**

Las fuentes de datos incluyen los resultados de auditorías o sistemas de seguimiento de la regulación gestionados por el departamento legal. La información sobre el importe de las multas puede ser proporcionada por el departamento de contabilidad.

