



Criterio: Social



Cemefi



Ficha de indicador

El impacto ambiental y social del producto

Evodio Sánchez Rodríguez

Director de responsabilidad social empresarial de Cemefi





Índice

1. Introducción.....	3
2. Indicadores relacionados con el impacto ambiental y social de su producto.....	3
3. Industrias donde es relevante desarrollar el impacto ambiental y social de su producto	4
4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador	4
5. Factores que influyen en el impacto ambiental y social de su producto	6
6. Creación de un programa de RSE para fomentar el impacto ambiental y social de su producto	7
7. Beneficios empresariales de fomentar el impacto ambiental y social de su producto	7
8. Riesgos empresariales por no fomentar el impacto ambiental y social de su producto	7
9. Herramientas para fomentar el impacto ambiental y social de su producto.....	8
10. Mejores prácticas en Compensación Digna dentro el Distintivo ESR®	8
11. Propuesta de métricas de impacto para medir el impacto ambiental y social de su producto en empresas dentro del marco del Distintivo ESR	9
11.1. Fase 1: Inicial	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

El indicador de impacto ambiental y social de su producto tiene como objetivo evaluar y gestionar las consecuencias que los productos generan en el entorno natural y en las comunidades durante todo su ciclo de vida. Este indicador se centra en identificar, medir y mitigar los impactos asociados con la producción, distribución, uso y disposición final, con un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial.

Comprender y abordar estos impactos permite a las empresas minimizar su huella ambiental, reducir los efectos negativos en las comunidades y maximizar los beneficios sociales asociados con sus productos. Al implementar estrategias para gestionar estos impactos, las organizaciones pueden contribuir al bienestar del medio ambiente, fortalecer su compromiso con la sociedad y responder a las demandas de consumidores cada vez más conscientes y exigentes. Este indicador se convierte en un pilar clave para construir modelos de negocio sostenibles y responsables.

2. Indicadores relacionados con el impacto ambiental y social de su producto

Indicadores	Ámbito	Descripción
Ciclo de vida del producto	Asuntos de Consumidor	Evalúa y comunica el impacto ambiental en cada etapa de la vida del producto, ayudando al consumidor a entender cómo su elección influye en el medio ambiente.
Atención de clientes y consumidores	Asuntos de Consumidor	Proporciona una comunicación abierta sobre el impacto social y ambiental del producto, resolviendo preguntas de los consumidores sobre sus características sostenibles.
Educación sobre producto para decisión de compra	Asuntos de Consumidor	Ofrece al consumidor información detallada sobre el impacto ambiental y social del producto, ayudándolo a tomar una decisión de compra informada y responsable.
Información transparente al consumidor	Asuntos de Consumidor	Asegura que la empresa brinde al consumidor información clara y veraz sobre el origen y los impactos ambientales y sociales del producto, fomentando la transparencia.
Prevención de contaminación	Asuntos de Consumidor	Implementa medidas que el consumidor puede seguir para minimizar el impacto ambiental del producto, promoviendo prácticas de uso y disposición responsables.
Tecnologías amigables	Ambiental	Aplica tecnologías que reducen el impacto ambiental y social en la producción del producto, ofreciendo productos más sostenibles y amigables con el medio ambiente.



Uso apropiado de productos y servicios	Asuntos de Consumidor	Educa al consumidor en el uso y disposición correctos del producto, minimizando el impacto ambiental y promoviendo un uso consciente y responsable del mismo.
---	-----------------------	---

3. Industrias donde es relevante desarrollar el impacto ambiental y social de su producto

Industria	Importancia
Industria manufacturera	Fundamental para evaluar y reducir los efectos negativos en el ambiente y la sociedad durante la producción.
Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica	Crucial para minimizar el impacto ambiental y social de sus operaciones y productos en las comunidades.
Minería	Vital para gestionar el impacto ambiental debido a la extracción de recursos naturales y sus efectos en la comunidad.
Agricultura, cría y explotación de animales	Importante para evaluar el uso de recursos naturales y el impacto en el suelo, el agua y la biodiversidad.
Construcción	Necesario para reducir el impacto ambiental en el uso de materiales y el impacto social en las áreas de construcción.
Industria química	Esencial para mitigar la contaminación y los efectos de los productos químicos en el medio ambiente y la salud humana.
Servicios de salud y de asistencia social	Importante para asegurar que los productos utilizados en la salud tengan un impacto ambiental y social mínimo.

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 14001	Gestión ambiental en organizaciones, evaluación y mitigación del	Alta



		impacto ambiental del producto.	
Norma	ISO 26000	Guía para responsabilidad social, incluye el análisis del impacto social y ambiental de productos.	Alta
Certificación	Ecovadis	Evalúa sostenibilidad empresarial, incluye desempeño ambiental y social de productos.	Alta
Certificación	Cradle to Cradle Certified	Certificación para productos diseñados con criterios de sostenibilidad y responsabilidad social.	Alta
Certificación	GRI (Global Reporting Initiative)	Marco de reportes de sostenibilidad, indicadores relacionados con impacto ambiental y social.	Alta
ODS	ODS 12: Producción y consumo responsables	Fomenta prácticas responsables en producción y consumo, minimizando impactos ambientales y sociales.	Alta
ODS	ODS 13: Acción por el clima	Promueve acciones para mitigar impactos ambientales y sociales relacionados con el cambio climático.	Alta



Ley	Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA)	Regula prácticas responsables para minimizar impactos ambientales de productos en México.	Alta
Ley	Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (LGPGIR)	Fomenta la gestión integral de residuos y la economía circular para reducir impactos negativos.	Alta
Buena Práctica	Evaluación del impacto ambiental y social en todas las etapas del producto	Desarrollo de herramientas y estrategias para medir y reducir el impacto ambiental y social del producto.	Alta

5. Factores que influyen en el impacto ambiental y social de su producto

- **Elección de materiales:** La selección de materiales sostenibles o reciclados puede reducir significativamente el impacto ambiental del producto. Los materiales no renovables o de difícil reciclaje, en cambio, incrementan este impacto.
- **Eficiencia energética:** La cantidad de energía utilizada en la producción, especialmente si proviene de fuentes renovables o no renovables, influye en la huella de carbono del producto.
- **Condiciones laborales:** Las prácticas laborales responsables, que incluyen salarios justos y condiciones seguras de trabajo, son esenciales para minimizar el impacto social negativo.
- **Gestión de residuos:** La cantidad de residuos generados durante la fabricación y la disposición del producto es un factor clave que afecta tanto al medio ambiente como a las comunidades cercanas.
- **Ciclo de vida del producto:** Desde la extracción de materiales hasta la disposición final, cada etapa del ciclo de vida del producto tiene un impacto sobre el ambiente y la sociedad



6. Creación de un programa de RSE para fomentar el impacto ambiental y social de su producto

- **Identificación de objetivos:** Definir objetivos claros y medibles que apunten a mejorar el impacto ambiental y social del producto, como la reducción de emisiones o el uso de materiales reciclados.
- **Evaluación del desempeño actual:** Realizar una auditoría ambiental y social que identifique las áreas de mayor impacto y las oportunidades de mejora.
- **Desarrollo de alianzas estratégicas:** Colaborar con proveedores y ONGs que puedan aportar experiencia y recursos para implementar mejoras sostenibles.
- **Capacitación y sensibilización:** Involucrar a los empleados en la implementación del programa a través de la capacitación en prácticas sostenibles.
- **Monitoreo y mejora continua:** Establecer indicadores clave para medir el progreso en la reducción del impacto y ajustar las estrategias cuando sea necesario.

7. Beneficios empresariales de fomentar el impacto ambiental y social de su producto

- **Mejora de la reputación:** Las empresas que adoptan prácticas responsables suelen ser vistas con buenos ojos por los consumidores y socios comerciales.
- **Mayor lealtad del cliente:** Los consumidores tienden a ser más leales a las empresas que alinean sus productos con valores sostenibles.
- **Cumplimiento normativo:** Al adoptar prácticas sostenibles, las empresas garantizan el cumplimiento de regulaciones ambientales y sociales, evitando sanciones.
- **Reducción de costos:** La eficiencia energética y el uso de materiales sostenibles pueden reducir los costos operativos a largo plazo.
- **Acceso a nuevos mercados:** Los productos con menor impacto ambiental y social pueden ser más atractivos en mercados con consumidores más conscientes.

8. Riesgos empresariales por no fomentar el impacto ambiental y social de su producto

- **Sanciones legales:** El incumplimiento de normativas ambientales o laborales puede llevar a multas significativas.



- **Pérdida de reputación:** Las empresas que no demuestran un compromiso con la sostenibilidad pueden perder la confianza de los consumidores y otros grupos de interés.
- **Reducción de competitividad:** Las empresas que no adoptan prácticas responsables pueden quedarse atrás en un mercado que valora cada vez más los productos sostenibles.
- **Costos operativos elevados:** No optimizar los recursos y seguir utilizando procesos ineficientes puede incrementar los costos operativos a largo plazo.
- **Conflictos con la comunidad:** Las prácticas irresponsables pueden generar tensiones con las comunidades locales afectadas por las operaciones de la empresa

9. Herramientas para fomentar el impacto ambiental y social de su producto

- **Sistemas de gestión ambiental y social:** Permiten monitorear y mejorar continuamente el desempeño de la empresa en áreas clave como el consumo de energía, emisiones y condiciones laborales.
- **Certificaciones y estándares:** Obtener certificaciones como ISO 14001 o ISO 26000 ayuda a las empresas a demostrar su compromiso con la sostenibilidad.
- **Software de gestión de recursos:** Herramientas tecnológicas que optimizan el uso de energía y materiales durante la producción.
- **Capacitación y sensibilización:** Programas que educan a los empleados sobre la importancia de reducir el impacto ambiental y social del producto.
- **Auditorías externas:** Contratar auditores externos que evalúen el impacto de las prácticas actuales y ofrezcan recomendaciones para mejorar

10. Mejores prácticas en Compensación Digna dentro el Distintivo ESR®

- **Evaluación del ciclo de vida (LCA):** Implementar análisis de ciclo de vida para identificar y cuantificar los impactos ambientales y sociales en cada etapa del producto, desde la extracción de materias primas hasta su disposición final. Esto permite priorizar mejoras en procesos críticos.
- **Uso de materiales sostenibles:** Incorporar materiales reciclados, renovables o biodegradables en el diseño del producto para reducir su huella ambiental. Además, trabajar con proveedores que cumplan con estándares éticos y sostenibles.
- **Programas de economía circular:** Diseñar productos pensando en su reutilización, reciclaje o recuperación al final de su vida útil. Esto incluye iniciativas como programas de devolución, durabilidad y refacciones.



- **Transparencia en el etiquetado:** Incluir información clara y verificable sobre el impacto ambiental y social del producto en su etiquetado, para que los consumidores tomen decisiones informadas y responsables.
- **Reducción de emisiones en la producción y distribución:** Adoptar tecnologías y procesos eficientes que minimicen las emisiones de gases de efecto invernadero y optimicen el consumo de energía y recursos durante la fabricación y el transporte.
- **Promoción del impacto social positivo:** Asegurar que el producto genere beneficios tangibles para las comunidades, como empleo local, mejora de condiciones laborales en la cadena de suministro y apoyo a iniciativas comunitarias.
- **Educación al consumidor:** Informar y capacitar a los consumidores sobre el uso adecuado, el mantenimiento y la disposición responsable del producto, fomentando prácticas que reduzcan el impacto ambiental y social.
- **Monitoreo y mejora continua:** Establecer métricas para evaluar regularmente el impacto ambiental y social de los productos, y usar los resultados para implementar mejoras en los diseños y procesos.
- **Alianzas estratégicas:** Colaborar con organizaciones no gubernamentales, expertos en sostenibilidad y socios de la cadena de valor para desarrollar iniciativas conjuntas que aborden los impactos de manera integral.

11. Propuesta de métricas de impacto para medir el impacto ambiental y social de su producto en empresas dentro del marco del Distintivo ESR

La propuesta de métricas de impacto para medir el impacto ambiental y social de su producto en las empresas se desarrollará en tres fases: inicial, desarrollo y madurez. Estas fases consideran el tamaño de la empresa, la madurez de la industria y los recursos disponibles.

11.1. Fase 1: Inicial

- **Porcentaje de materiales sostenibles utilizados:** Proporción de materiales reciclados, renovables o biodegradables empleados en la fabricación del producto en relación con el total de materiales utilizados.
- **Nivel de cumplimiento normativo ambiental:** Porcentaje de productos que cumplen con las regulaciones ambientales y sociales locales e internacionales aplicables.
- **Número de evaluaciones de impacto ambiental y social realizadas:** Cantidad de análisis iniciales realizados para identificar los impactos ambientales y sociales asociados con el ciclo de vida del producto.



11.2. Fase 2: Desarrollo

- **Reducción de emisiones de carbono por producto:** Porcentaje de disminución en las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con la producción y distribución de cada unidad del producto, en comparación con la línea base inicial.
- **Tasa de reciclabilidad del producto:** Porcentaje de componentes del producto que pueden ser reciclados o reutilizados al final de su vida útil.
- **Índice de beneficio comunitario:** Cantidad de programas o iniciativas desarrollados para generar impactos positivos en las comunidades donde se produce o distribuye el producto.

11.3. Fase 3: Madurez

- **Huella ambiental total del producto:** Medición integral de los impactos ambientales del producto (incluyendo emisiones, consumo de agua y generación de residuos) en todas las etapas de su ciclo de vida.
- **Impacto social positivo generado:** Número de empleos creados, mejora de condiciones laborales o beneficios directos a comunidades asociadas con la producción y distribución del producto.
- **Nivel de satisfacción del consumidor con sostenibilidad del producto:** Porcentaje de consumidores que valoran positivamente los atributos ambientales y sociales del producto, medido a través de encuestas.
- **Tasa de productos retornados o reciclados:** Proporción de productos devueltos o reciclados en programas de economía circular implementados por la empresa.

11.4. Desarrollo de las métricas

1. **Identificar los impactos clave asociados al producto:** Realizar un análisis detallado del ciclo de vida del producto para identificar los principales impactos ambientales y sociales en cada etapa, como consumo de energía, emisiones, generación de residuos y efectos en las comunidades. Esto permitirá enfocar las métricas en los aspectos más relevantes.
2. **Establecer indicadores específicos y alineados con la estrategia de sostenibilidad:** Diseñar métricas claras y medibles que reflejen los objetivos de sostenibilidad de la empresa. Por ejemplo, medir la reducción de emisiones por producto o el porcentaje de materiales reciclables en su composición.
3. **Involucrar a la cadena de suministro:** Desarrollar acuerdos con proveedores para recopilar datos relacionados con prácticas sostenibles y condiciones laborales. Esto asegura que las métricas incluyan impactos indirectos y reflejen toda la cadena de valor.



4. **Implementar sistemas de monitoreo y recolección de datos:** Adoptar herramientas tecnológicas como software de análisis de ciclo de vida o plataformas de seguimiento de sostenibilidad. Esto facilita la recopilación y análisis de información necesaria para evaluar el desempeño de las métricas.
5. **Realizar evaluaciones periódicas:** Establecer mecanismos de revisión para evaluar los resultados de las métricas y ajustar estrategias según los hallazgos. Esto asegura una mejora continua en la gestión del impacto ambiental y social.

La definición de las métricas debe considerar los siguientes aspectos:

- **Tamaño de Empresa:** Empresas pequeñas deben enfocarse en métricas simples y esenciales, como el porcentaje de materiales sostenibles o el consumo de energía por producto. Las medianas pueden implementar métricas más detalladas, como la tasa de reciclabilidad o los beneficios generados en comunidades locales. Las grandes empresas, con mayores recursos, deben medir impactos integrales, como la huella ambiental total y la obtención de certificaciones internacionales.
- **Madurez de la Industria:** Industrias emergentes deben priorizar métricas que construyan una base de prácticas sostenibles, como la evaluación inicial de impactos. En industrias en desarrollo, las métricas deben abordar la mejora de procesos y la inclusión de proveedores sostenibles. Las industrias maduras deben centrarse en mediciones avanzadas como el impacto global del producto y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- **Recursos Disponibles:** Empresas con recursos limitados pueden iniciar con mediciones manuales o encuestas simples. Con recursos moderados, pueden implementar software básico para rastrear y analizar datos. Las empresas con amplios recursos deben invertir en sistemas integrados que permitan una evaluación continua, incluyendo auditorías externas y certificaciones reconocidas.

12. Conclusión

El indicador de impacto ambiental y social de su producto es esencial para que las empresas gestionen de manera responsable los efectos de sus productos en el medio ambiente y las comunidades. Las métricas propuestas permiten evaluar y mejorar cada etapa del ciclo de vida del producto, desde la selección de materiales hasta su disposición final, asegurando prácticas sostenibles y éticas.

Al implementar estas métricas, las empresas no solo reducen sus impactos negativos, sino que también fortalecen su compromiso con la sostenibilidad, fomentan la confianza de los consumidores y cumplen con las expectativas del mercado y las regulaciones vigentes. Este enfoque integral impulsa la competitividad, refuerza la reputación corporativa y contribuye al desarrollo de un modelo de negocio sostenible y socialmente responsable.



En última instancia, medir y gestionar el impacto ambiental y social de los productos no solo beneficia a las empresas, sino también al entorno y a las comunidades con las que interactúan, creando un impacto positivo que trasciende en el tiempo.