



Cemefi

Hace bien.



Empresa
Socialmente
Responsable*
Cemefi

Ficha de indicadores

Criterio: Social – Prácticas justas de marketing

Indicador: Impacto ambiental y social de su producto





Índice.

1. Introducción	2
2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR®	2
3. Industrias con mayor relevancia	2
4. Normas, leyes, estándares, certificaciones, ODS e ISOs	3
5. Factores que influyen en la implementación	3
6. Cómo crear un programa de evaluación de impacto	3
7. Beneficios empresariales	4
8. Riesgos de no implementar.....	4
9. Herramientas y recursos	4
10. Mejores prácticas	4
11. Métricas de impacto	5
11.1 Métricas de prevención.....	5
11.2 Métricas de corrección, control o mitigación	5
11.3 Métricas de transformación, resarcimiento o generación de bienestar	6
12. Conclusión	6



1. Introducción

El indicador de Impacto Ambiental y Social del Producto evalúa y comunica el impacto de los productos y servicios de la empresa a lo largo de su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta la disposición final.

La LGEEPA, la LGEC 2026 y las normas de etiquetado exigen información veraz sobre el impacto ambiental. Las metodologías de Análisis de Ciclo de Vida (ACV) conforme a ISO 14040/14044 proporcionan el marco técnico.

Esta ficha orienta a las organizaciones en la evaluación y comunicación del impacto de sus productos conforme al Distintivo ESR®.

2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR®

Indicadores	Ámbito	Descripción
Ciclo de vida del producto	Consumidores	El ACV es herramienta central para evaluar el impacto integral del producto.
Campaña de consumo responsable	Consumidores	La comunicación del impacto educa al consumidor sobre su huella.
Información transparente	Consumidores	El impacto ambiental debe comunicarse de manera veraz y verificable.
Procesos sostenibles	Ambiental	Los procesos productivos determinan el impacto ambiental del producto.
Consumibles amigables	Ambiental	La selección de materiales impacta la huella ambiental total del producto.

3. Industrias con mayor relevancia

Industria/sector	Razón de relevancia
Alimentos y bebidas	Impacto ambiental significativo desde producción agrícola hasta embalaje y residuos.
Manufactura	Cadenas de producción con impactos diversos en emisiones, agua y residuos.
Textil y moda	Industria con alto impacto ambiental y social en toda la cadena de valor.
Construcción	Materiales con huella de carbono significativa y potencial de circularidad.
Electrónica	Minerales de conflicto, obsolescencia y residuos electrónicos como desafíos.
Química y cosmética	Impactos en salud y medio ambiente por formulaciones y embalajes.



4. Normas, leyes, estándares, certificaciones, ODS e ISO

Categoría	Nombre	Descripción	Relevancia para el indicador
Ley	LGEEPA	Equilibrio ecológico	Marco de evaluación de impacto ambiental de actividades productivas.
Ley	LGEC 2026	Economía circular	Obligaciones de información sobre impacto ambiental de productos.
NOM	NOM-050-SCFI-2004	Información comercial	Requisitos de información al consumidor sobre productos.
ISO	ISO 14040/14044	Análisis de ciclo de vida	Metodología estandarizada para evaluar impacto ambiental de productos.
ISO	ISO 14025	Declaraciones ambientales tipo III	Marco para comunicar el perfil ambiental de productos verificado.
Certificación	Cradle to Cradle	Diseño circular	Certifica productos diseñados para circularidad total.
ODS	ODS 12	Producción y consumo responsables	Marco de producción sostenible y transparencia ambiental.
Estándar	GRI 301-306	Impactos ambientales	Reporte de impactos en materiales, energía, agua, emisiones y residuos.

5. Factores que influyen en la implementación

- Complejidad del ACV: la evaluación integral del ciclo de vida requiere datos de toda la cadena de valor.
- Costos: los estudios de ACV son costosos pero cada vez más necesarios para competitividad y cumplimiento.
- Regulación: la LGEC 2026 establece obligaciones crecientes de información ambiental de productos.
- Demanda del consumidor: los consumidores demandan información sobre el impacto de lo que compran.
- *Greenwashing*: las declaraciones ambientales no verificadas generan riesgo regulatorio y reputacional.
- Cadenas de valor: la información de impacto requiere colaboración con proveedores en toda la cadena.

6. Cómo crear un programa de evaluación de impacto

- Identificar los productos y servicios de mayor volumen e impacto potencial para priorizar la evaluación.
- Realizar Análisis de Ciclo de Vida (ACV) conforme a ISO 14040/14044 de productos prioritarios.
- Desarrollar fichas ambientales de producto con información verificable de impacto.
- Implementar sistema de recolección de datos ambientales de la cadena de suministro.



- Comunicar el impacto de manera transparente, evitando *greenwashing*, con verificación independiente.
- Utilizar los resultados del ACV para mejorar el diseño de productos (ecodiseño).
- Buscar ecoetiquetas y declaraciones ambientales verificadas (ISO 14025, DAP).
- Reportar el impacto ambiental de productos conforme a GRI y estándares sectoriales.

7. Beneficios empresariales

- Diferenciación de mercado con información ambiental verificable.
- Transparencia que construye confianza del consumidor informado.
- Innovación sostenible a partir de los hallazgos del ACV.
- Cumplimiento anticipado de regulaciones de la LGEC 2026.
- Acceso a mercados que exigen información de impacto de productos.
- Identificación de oportunidades de reducción de costos por eficiencia.
- Posicionamiento como marca comprometida con la sostenibilidad.

8. Riesgos de no implementar

- Acusaciones de *greenwashing* por declaraciones ambientales no verificadas.
- Demandas por información engañosa sobre el impacto de productos.
- Pérdida de credibilidad ante consumidores y stakeholders informados.
- Exclusión de mercados con requisitos de información ambiental (CBAM europeo, etc.).
- Incumplimiento de obligaciones de la LGEC 2026 sobre información de productos.
- Desventaja competitiva frente a marcas con ACV y ecoetiquetas verificadas.

9. Herramientas y recursos

- Software de ACV (SimaPro, GaBi, OpenLCA) para evaluación de impacto ambiental.
- Bases de datos de impacto ambiental (ecoinvent, ELCD) para inventarios de ciclo de vida.
- Guía de ISO 14040/14044 para realización de estudios de ACV.
- Programas de ecoetiquetado y declaraciones ambientales de producto (DAP).
- Metodología de huella de carbono de producto (ISO 14067).
- Herramientas de comunicación ambiental responsable del PNUMA.

10. Mejores prácticas

- Realizar ACV de los productos de mayor volumen e impacto como prioridad.
- Verificar externamente las declaraciones ambientales de producto.
- Utilizar los resultados del ACV para impulsar ecodiseño y mejora continua.
- Publicar declaraciones ambientales de producto (DAP) conforme a ISO 14025.
- Integrar la perspectiva de ciclo de vida en el desarrollo de nuevos productos.
- Reportar el impacto ambiental de productos conforme a GRI 301–306.



11. Métricas de impacto

11.1 Métricas de prevención

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Cobertura de evaluación de impacto	% de productos principales con evaluación de impacto ambiental realizada	$(\text{Productos evaluados} / \text{Productos principales}) \times 100$	Anual	ISO 14040; LGEEPA
Huella de carbono por producto	Emisiones de CO ₂ eq por unidad funcional de producto	kg CO ₂ eq / unidad funcional	Anual	ISO 14067; GRI 305
Mapeo de impactos sociales del producto	% de productos con evaluación de impactos sociales documentada	$(\text{Productos con evaluación social} / \text{Total productos}) \times 100$	Anual	ISO 26000; GRI 416
Cobertura de información ambiental al consumidor	% de productos con información ambiental disponible para el consumidor	$(\text{Productos con info ambiental} / \text{Total productos}) \times 100$	Anual	NOM-050-SCFI-2004; GRI 417

11.2 Métricas de corrección, control o mitigación

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Incidentes de <i>greenwashing</i>	Número de quejas o sanciones por comunicación ambiental engañosa	Conteo de incidentes	Anual	LFPC; PROFECO
Cumplimiento de etiquetado ambiental	% de productos con etiquetado ambiental conforme a norma	$(\text{Conformes} / \text{Total etiquetados}) \times 100$	Anual	NOM-050-SCFI-2004 (obligatorio)
Reducción de impacto por rediseño	% de reducción de impacto ambiental en productos rediseñados	$((\text{Impacto anterior} - \text{Impacto actual}) / \text{Impacto anterior}) \times 100$	Anual	ISO 14040; ODS 12
Correcciones post-ACV implementadas	% de hallazgos del ACV que generaron acciones de mejora	$(\text{Acciones implementadas} / \text{Hallazgos ACV}) \times 100$	Anual	ISO 14040/14044



11.3 Métricas de transformación, resarcimiento o generación de bienestar

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Ingresos de productos con ACV verificado	% de ingresos de productos con análisis de ciclo de vida verificado	$(\text{Ingresos productos con ACV} / \text{Ingresos totales}) \times 100$	Anual	ISO 14040; GRI 301-306
Certificaciones ambientales de producto	Número de productos con certificaciones ambientales vigentes	Conteo de certificaciones (DAP, Cradle to Cradle, etc.)	Anual	ISO 14025; Cradle to Cradle
Índice de circularidad del portafolio	% de materiales reciclados o reciclables en el portafolio de productos	$(\text{Materiales circulares} / \text{Total materiales}) \times 100$	Anual	LGEC 2026; ODS 12
Percepción del consumidor sobre sostenibilidad	% de consumidores que perciben los productos como ambientalmente responsables	$(\text{Percepciones positivas} / \text{Total encuestados}) \times 100$	Anual	GRI 417; Directrices ONU Consumidor

12. Conclusión

La evaluación y comunicación del impacto ambiental y social de los productos es condición de transparencia y competitividad en mercados cada vez más exigentes. La LGEC 2026 y las tendencias internacionales hacen del ACV una herramienta estratégica.

El Distintivo ESR® reconoce la progresión desde el compromiso de evaluar hasta un portafolio con información ambiental certificada que permite al consumidor tomar decisiones informadas.