



GUÍA DE COMPRAS SOSTENIBLES PARA EL SECTOR RETAIL





ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR RETAIL	6
EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LAS COMPRAS SOSTENIBLES	10
GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR RETAIL	16
CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN	18
ANEXO	34
GLOSARIO	36

COORDINACIÓN GENERAL

Fernando Díaz De Vivar,
Director de Mercados y Finanzas
Sostenibles - WWF Paraguay.

COORDINACIÓN TÉCNICA

Victoria Echague, Consultora
Externa de apoyo técnico,
WWF Paraguay.
Marlene Araújo, Coordinadora
Programa RSE, Asociación de
Empresarios Cristianos.

COORDINACIÓN EDITORIAL Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

Gisella Lefebvre López,
Consultora Externa.
Roberto Álvarez Estevez,
Consultor Externo.

DISEÑO GRÁFICO

Entre Paréntesis.

Asunción, Paraguay.
diciembre, 2020.
2020® Todos los derechos
reservados.

Este documento es propiedad
de WWF PARAGUAY.
En la redacción de los textos
se adopta la terminología clásica
del masculino genérico para
referirse siempre a hombres
y mujeres. Este es un recurso
que únicamente busca dar
uniformidad, sencillez y fluidez
a la composición y a la lectura
del texto. No disminuye en
absoluto el compromiso con
el que la organización aborda
la igualdad de género.

Este reporte ha sido posible gracias al generoso aporte del pueblo estadounidense a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
Las opiniones expresadas por sus autores no reflejan necesariamente las opiniones de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos de América.

PRESENTACIÓN

Esta Guía de Compras Sostenibles para el sector Retail es una propuesta técnica de WWF (World Wildlife Fund, por sus siglas en inglés) Paraguay y la Asociación de Empresarios Cristianos – ADEC, gracias al apoyo de la Gordon and Betty Moore Foundation y la iniciativa “Alianza para el Desarrollo Sostenible”, impulsada por USAID Paraguay.

Su contenido apunta a propiciar un círculo virtuoso en el funcionamiento de los Retail y el de sus proveedores. Se dan a conocer los aspectos que deben ser tenidos en cuenta para que esto ocurra de forma planificada y gradual. Se brindan informaciones que permiten entender por qué una compra se vuelve sostenible al considerar factores sociales y ambientales, además de los económicos.

El éxito de la tarea depende de la capacidad de cada Retail para trabajar conjuntamente

con su cadena de suministros, reconociendo su potencial influencia en la promoción de las mejores prácticas que contribuyan positivamente con el Desarrollo Sostenible, comenzando por la gestión de sus propios impactos negativos.

La responsabilidad sobre los impactos negativos debe mitigarse en todos los casos, independientemente del tamaño de la empresa; esta no debería estar en discusión. Ahora bien, los efectos positivos que tiene y quiere tener sí están en función de sus capacidades y actividades corporativas.

Se espera que esta Guía de Compras Sostenibles estimule a las empresas de Retail a abordar la temática de la sostenibilidad y les ayude a avanzar en la adopción de este modelo de negocios que solo tiende a valorizarlas y proyectarlas mejor preparadas para el futuro.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR RETAIL



El año 2020 pasa y queda atrás, pero no saldrá de nuestras vidas. El cambio de década marca una nueva época, como uno de los períodos más desafiantes para la humanidad, con múltiples impactos en las sociedades y en la forma de atender a sus necesidades.

Para el comercio minorista no fue la excepción, al contrario. Los ajustes estructurales que se requirieron ante la situación de la crisis del Covid-19 continuarán en el 2021 y se consolidarán aún más hasta el 2030.

Aun así, la industria del retail sigue siendo un atractivo mercado de oportunidades pese a que en ciertos países se experimenta una desaceleración en el consumo. Los tiempos modernos favorecen su expansión, que no tiene marcha atrás.

En Paraguay, la década del 80 marca un hito en la vida institucional del supermercadismo.

La apertura de puertas de un supermercado –asociado a la Cámara Paraguaya de Supermercados (CAPASU)– con una filosofía distinta a los servicios que hasta entonces se ofrecía, dotado de una excelente infraestructura, logró que las compras en los supermercados se convirtieran en puntos de encuentro los sábados y domingos.

A mediados de los 90 se instaló en el país la primera Cadena internacional de supermercados, “Santa Isabel”, que se benefició encontrando un mercado más o menos controlado en materia de mercaderías de contrabando y de transparencia impositiva.

La presencia de esta Cadena internacional fue sin duda un punto de inflexión para el supermercadismo local, ya que se renovaron varias estructuras y equipamientos, sacando a la luz todo el potencial que era capaz de desarrollarse a nivel nacional.



Se habilitaron sucursales en ciudades del área metropolitana y del interior del país, llegando con la misma oferta y calidad de servicios, convirtiéndose en una opción segura opción de compras para el consumidor paraguayo.

En lo que va del siglo XXI, la implementación de la infraestructura digital va adquiriendo cada vez más importancia en el fortalecimiento del sector; la automatización pasó a convertirse en una acción clave y contundente, más que cualquier otro aspecto, volviéndose imprescindible en

este mundo globalizado que, precisamente, demanda nuevas formas de acceder a información de la oferta, a opciones de compra y pago sin salir de casa, por citar sólo alguna de las expectativas del consumidor.

El consumidor actual espera, como parte de su experiencia de compra, un comportamiento social y ambientalmente responsable de su oferente. Los temas asociados a la gestión sostenible ya no son una tendencia, son expectativas que se van posicionando en un nivel cada vez más alto.

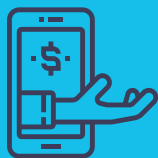


Al cierre de este 2020, se tienen registradas en la CAPASU más de 500 sucursales de supermercados, de diferentes tamaños y cadenas, en Asunción y toda su área de influencia, desde aquellas de grandes dimensiones hasta los minisúper. En las ciudades del interior del país, igualmente, están ganando visibilidad y se están expandiendo significativamente en el último quinquenio.

En términos económicos, el aporte de los supermercados representa unos 40.000 puestos de trabajo, la formación de mano de obra para las distintas funciones y el acceso a los beneficios establecidos por ley; además del tributo fiscal.

EL DESARROLLO SOSTENIBLE

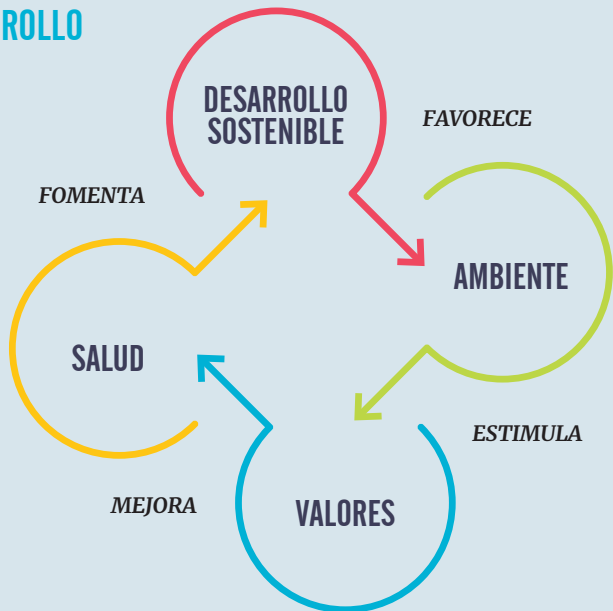
Y LAS COMPRAS SOSTENIBLES



¿QUÉ ES EL DESARROLLO SOSTENIBLE?

Conceptualmente, el Desarrollo Sostenible se define como aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones.

En tal sentido, la gran causa de este milenio es migrar los sistemas productivos y los mercados de consumidores hacia formas más sostenibles. Para ello, se debe comprender la relación directa e indirecta que existe entre el consumo de bienes y servicios y la tasa de uso de los recursos, la cual está superando la capacidad de adaptación de los ecosistemas trayendo como consecuencia un deterioro continuo del medio ambiente y un riesgo concreto para el planeta y la humanidad.



En la actualidad el marco de acción para promover y garantizar los recursos naturales a las futuras generaciones, depende en gran medida de la apropiación e implementación de los conceptos de producción y consumo sostenible, dos fuerzas que se complementan y que bajo su impulso conjunto prometen la satisfacción de las necesidades y la calidad de vida, a la vez que se minimiza el uso de los recursos naturales y se previenen los impactos ambientales y sociales negativos.

¿QUÉ SON LAS COMPRAS SOSTENIBLES?

Las Compras Sostenibles se definen como la forma en la que una organización, pública o privada, logra satisfacer sus necesidades de bienes, servicios, obras y utilidades, alcanzando

un alto rendimiento mediante el uso racional y eficiente de los recursos naturales, humanos y económicos, a lo largo de su ciclo de vida, que se traduce en beneficios no sólo para la organización, sino también para el medio ambiente, la sociedad y la economía.



Una Compra es Sostenible cuando en la adquisición de los bienes y/o servicios se incorporan criterios ambientales y sociales, y éstos se evalúan con la misma rigurosidad que los económicos, al momento de la selección del proveedor.

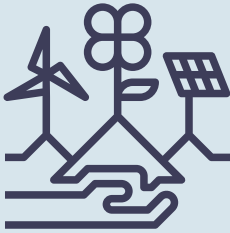
En esta Guía facilitamos un Cuestionario de Autoevaluación, confeccionado a medida, para ser aplicado por el Retail a sus propios procesos internos y a cada proveedor de bienes

o servicios que forma parte de su funcionamiento. La sostenibilidad implica producir bienes y servicios a partir de los recursos (naturales, energéticos, económicos) existentes, a un ritmo que no los agote y en el cual no se generen más contaminantes de que aquellos que pueda absorber el medio ambiente sin ser perjudicado.

La sostenibilidad para las empresas, según cada dimensión requiere:

Implementar una serie de prácticas económicamente rentables y éticamente justas que, regidas por criterios de responsabilidad social y ambiental, brinden un cierto nivel de bienestar social, buen nivel de vida e iguales oportunidades para todas las personas.

ECONÓMICA

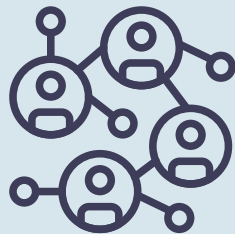


AMBIENTAL

Administrar de forma eficiente y racional el uso de los recursos naturales, sin comprometer el equilibrio ecológico; esto, como consecuencia de entender que la degradación de los recursos naturales atenta contra nuestra propia supervivencia y la de las demás especies. Un medio ambiente saludable ofrece mayores oportunidades de desarrollo económico y social a una comunidad.

Fomentar las relaciones entre las personas y el uso colectivo de los bienes en común, conjugando crecimiento económico y respeto ambiental con bienestar social, fomentando el mantenimiento y la creación de empleo, protegiendo la seguridad y la salud de las personas, asegurando la reducción de la pobreza y las desigualdades, y evitando las situaciones de desigualdad social.

SOCIAL



¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DE LAS COMPRAS SOSTENIBLES?

La característica del Desarrollo Sostenible es su triple creación de valor (económico, social y ambiental). En esa misma línea, están expuestos algunos de los beneficios que surgen como consecuencia de la incorporación

de criterios sociales y ambientales en los procesos de compra.

La intención es reforzar con argumentos concretos el efecto que tienen las Compras Sostenibles y de qué forma pueden contribuir desde el sector Retail a su favor, para el mercado y para la propia sociedad, como conjunto.

ECONÓMICA

- (1)** creación de demanda por bienes y servicios sostenibles;
- (2)** eficiencia en los procesos productivos que representan ahorro;
- (3)** reducción de costos en el mediano y largo plazo;
- (4)** inclusión de Mipymes;
- (5)** promoción de la innovación científica y empresarial,
- (6)** dinamización del mercado, por productores que se diferencian por sus buenas prácticas;
- (7)** aumento de la competitividad.

SOCIAL

- (1)** promueve el surgimiento de oportunidades de trabajo y emprendimientos;
- (2)** aumenta el bienestar del consumidor del bien o servicio;
- (3)** reduce los riesgos en la salud del consumidor al interactuar con los bienes o servicios; y
- (4)** propicia la inclusión de las poblaciones vulnerables.

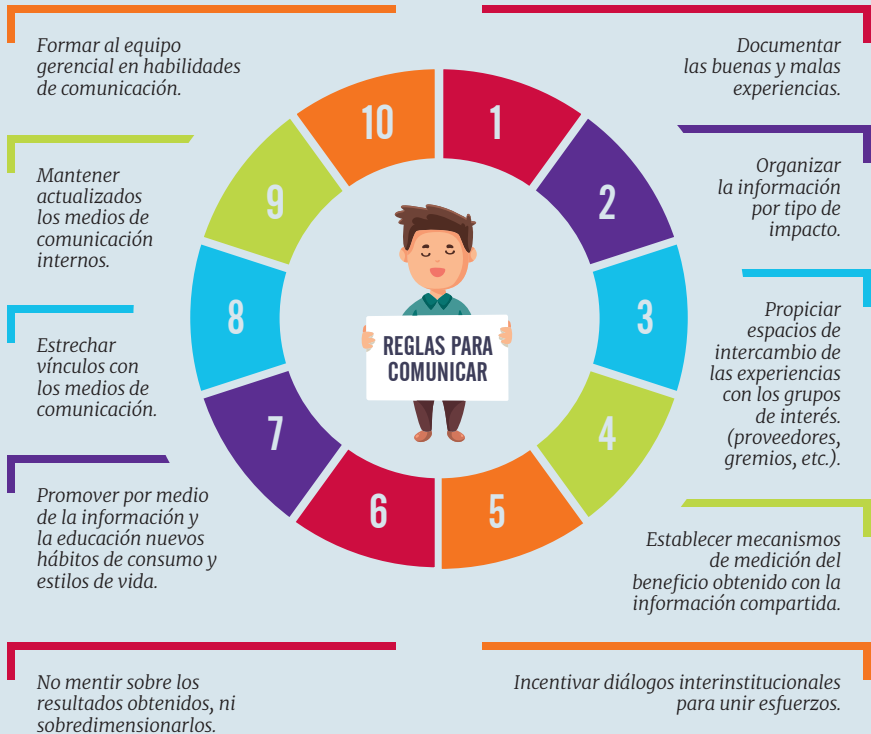
AMBIENTAL

- (1)** uso eficiente de los recursos y la energía;
- (2)** gestión más adecuada y segura de los residuos;
- (3)** mejora de la calidad del aire y del agua;
- (4)** disminución del uso de químicos peligrosos;
- (5)** reducción de las emisiones de gases efecto invernadero y otros contaminantes líquidos y sólidos.

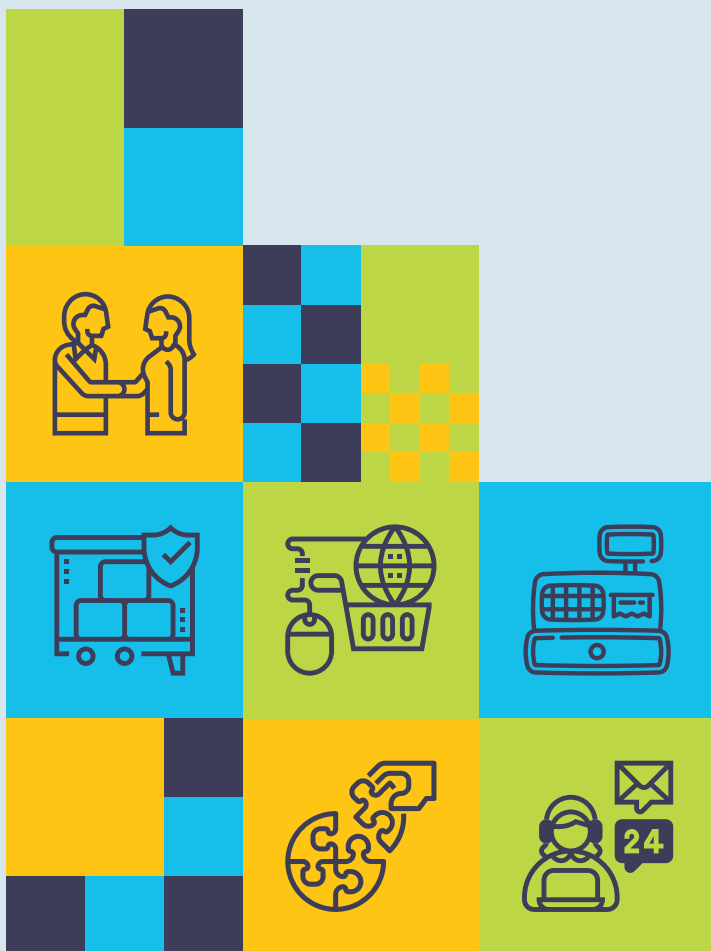
COMUNICAR TAMBIÉN ES UN BENEFICIO

La experiencia de la Compra Sostenible al ser comunicada potencia el éxito de esta práctica, redundando en un mayor impacto ambiental, social y económico.

También es importante compartir las lecciones aprendidas con las empresas que adquieren y venden productos similares, para que las operaciones sean cada vez más competitivas en términos del triple valor.



GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR RETAIL



En las empresas de retail los desafíos de partida son dos: **(1)** incorporar la sostenibilidad en su cultura organizacional, para que las decisiones y actividades se vayan alineando a la nueva lógica de análisis en tres dimensiones: ambiental, social y económico; y **(2)** usar su poder en la cadena de suministros para influir positivamente en esta misma dirección.

Integrar esta forma de gestión en los procesos cotidianos puede requerir –en una primera etapa– recursos económicos. Estos costos deben ser evaluados como una inversión para el futuro y no como un gasto.

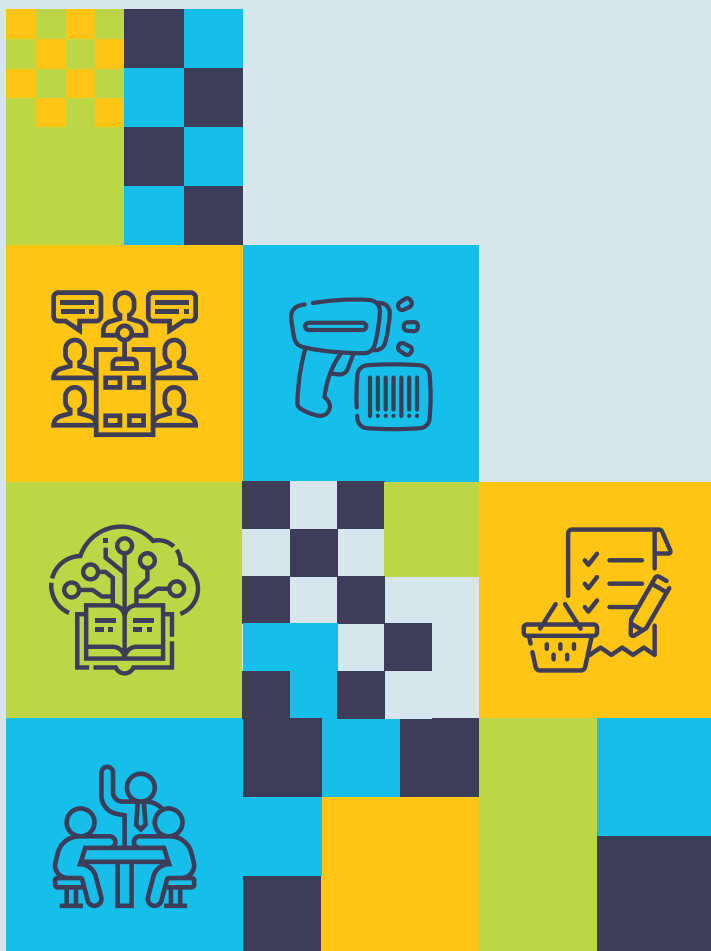
Para prosperar en el largo plazo, la empresa debe tomar en cuenta las necesidades de sus grupos de interés (trabajadores, proveedores, clientes, la comunidad y la sociedad). Debe tener claro el propósito que persigue, pues este constituye

un factor clave que afecta su desempeño cuando busca que su cadena de valor sea sostenible.

Una dificultad para las empresas de todos los sectores, y del retail en particular, es la escasa o nula visibilidad de las cadenas de suministro. Existe una creciente presión de los consumidores e inversores para que las marcas asuman mayores responsabilidades; están siendo empujadas a compartir más datos, buscar más colaboración y más transparencia.

La empresa que quiere controlar sus riesgos vinculados a la reputación corporativa y proteger su valor, empieza por asegurar la adecuada gestión de la cadena de suministro.

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN



Para conocer y evaluar la gestión del Retail y de su cadena de suministro, diseñamos el siguiente Cuestionario de Autoevaluación, cuyos contenidos están organizados en bloques temáticos, con indicadores planteados como afirmaciones. Las opciones de respuesta a los indicadores son tres: SI,

NO y No aplica. Los resultados obtenidos de esta autoevaluación permitirán notar en qué situación se encuentra la empresa, respecto a los requerimientos de la sostenibilidad, y determinar las necesidades de actuación. En el anexo se incluye una Matriz para diseñar el Plan de Mejora, lo que posibilitará la próxima evaluación.

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA EVALUADA

Nombre de Fantasía:

Nombre Legal:

Dirección de la empresa:

Producto o servicios que ofrecen:

Cantidad de trabajadores:

Nombre de la máxima autoridad:

Nombre y cargo del contacto:

DATOS SOBRE LA EVALUACIÓN

Fecha:

Nombre y cargo del evaluador:

1.

VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
1.1	La empresa cuenta con un Código de Ética o un Código de Conducta formalmente establecido.				
1.2	El Código de Ética o de Conducta está ampliamente difundido entre los colaboradores de todos los niveles, así como con otras personas que trabajan en nombre de la empresa (Ej: vendedores tercerizados).				
1.3	Existe un sistema de retroalimentación anónima sobre posibles amenazas o riesgos relativos a la ética empresarial (Ej.: canal de denuncia).				
1.4	La empresa cuenta con todos los permisos y licencias para operar.				
1.5	La empresa cuenta con títulos de propiedad o contratos de alquiler de las propiedades que utiliza para sus actividades.				
1.6	Se cuenta con el pago de tributos fiscales y contribuciones sociales al día.				
1.7	La empresa ha estado exenta, en el último año, de multas/ demandas por incumplimiento de requisitos legales, en lo laboral, tributario, medioambiental o de otra índole relacionada con el negocio.				
1.8	La empresa se abstiene de realizar asociaciones u otros acuerdos que puedan debilitar la libre competencia.				

2.		PÚBLICO INTERNO			
ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
2.1	La empresa cuenta con un mecanismo de recepción y tratamiento de reclamos, denuncias o sugerencias de los trabajadores.				
2.2	La empresa cuenta con contratos de trabajo firmados por ambas partes.				
2.3	El contenido del contrato cumple con lo establecido en los requisitos legales.				
2.4	La empresa conoce las restricciones legales relativas a la contratación de menores de edad, incluyendo pasantías.				
2.5	La empresa evita totalmente la contratación de menores de edad o las restringe a lo permitido por la ley.				
2.6	La empresa cuenta con documentos o registros que permiten conocer la edad de los trabajadores.				
2.7	En los procesos de selección o contratación, están excluidas las preguntas o pruebas relativas al embarazo como condición de empleo o continuación del mismo.				
2.8	Los trabajadores que tienen cargos similares y la misma antigüedad reciben igual remuneración, independientemente de su género, religión, discapacidad u otras características.				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
2.9	Está formalmente prohibido dar preferencias, por género, raza, orientación sexual, religión o nacionalidad, en el proceso de selección y contratación.				
2.10	Se respeta el derecho de libre asociación de los trabajadores.				
2.11	Se cuenta con un sistema confiable de registro de horas, día y fecha, trabajados por cada uno de los miembros de la empresa.				
2.12	Las horas de trabajo regulares y las horas extras cumplen con el máximo establecido por ley (48 horas semanales, máximo 3 horas extras por día, por un máximo de 3 días a la semana).				
2.13	Los trabajadores tienen acceso a periodos de descansos durante la jornada laboral (uso de sanitarios, almuerzo).				
2.14	Los trabajadores reciben un día de descanso en cada período de 7 días.				
2.15	La empresa publica las tasas del salario mínimo, las tasas de las horas extras, las políticas de beneficios, el seguro social y la información de pago adicional en el idioma (s) entendido por los trabajadores.				
2.16	La remuneración otorgada a los trabajadores cuenta con todos los componentes requeridos, de acuerdo a los requisitos legales (Salario mínimo, Seguro Social, beneficios, vacaciones etc.).				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
2.17	La empresa realiza el pago de horas extras conforme a la ley.				
2.18	Proporciona a todos los trabajadores el recibo de pago, que detalla los componentes del salario abonado y las deducciones.				
2.19	Las retenciones o descuentos realizados son las permitidas por los requisitos legales.				
2.20	El salario es pagado dentro del plazo establecido por los requisitos legales.				
2.21	La empresa cuenta con un responsable de seguridad habilitado por el MTESS.				
2.22	En el último año, se ha realizado al menos una evaluación de riesgos laborales.				
2.23	La empresa se asegura de que las mujeres embarazadas no estén involucradas en tareas que representen un riesgo para las mismas, ni para su embarazo.				
2.24	Se realizan exámenes médicos previos a la admisión de los trabajadores.				
2.25	Se realizan exámenes médicos periódicos a los trabajadores.				
2.26	Los trabajadores cuentan con acceso a agua potable.				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
2.27	La empresa tiene conformada un Comisión Interna de Prevención de Accidentes - CIPA (Aplica a organizaciones de más de 150 trabajadores).				
2.28	El Plano de Prevención contra Incendios, de la empresa, se encuentra aprobado.				
2.29	La empresa cuenta con un plan de respuesta ante emergencias.				
2.30	Se realizan simulacros anuales, que colocan en práctica el plan de respuesta ante emergencias.				
2.31	Los extintores se encuentran en buen estado, identificados, libres de obstáculos y en cantidades adecuadas.				
2.32	La empresa cuenta con salidas de emergencias y las mismas se encuentran libre de obstáculos, identificadas y conducen de manera segura a un punto de encuentro.				
2.33	La empresa cuenta con botiquines de primeros auxilios.				
2.34	La empresa cuenta con señalización de seguridad apropiada. Esto es: señalética de salida de emergencia, luces, extintores, peligros existentes y prohibiciones, así como Elemento de Protección Personal (EPP).				
2.35	Se entregan los EPP adecuados a los trabajadores, libre de costo.				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
2.36	Existen registros de entrega de EPP a los trabajadores.				
2.37	Se realizan capacitaciones sobre temas de Salud y Seguridad Ocupacional (ejemplo: Uso de EPP, Primeros auxilios, peligros y riesgos en el puesto de trabajo) y las mismas están adecuadamente registradas.				
2.38	Se realizan investigaciones de los accidentes ocurridos en las instalaciones de la empresa.				
2.39	La empresa cuenta con hojas de seguridad de los productos químicos utilizados.				
2.40	Los productos químicos se encuentran adecuadamente almacenados (señalizados, identificados, con duchas y lava-ojos, cuando corresponda).				
2.41	Existen registros de mantenimientos preventivos de las máquinas y equipos de trabajo.				
2.42	Se cuenta con la cantidad de sanitarios exigida por los requisitos legales; estos, además, están sexados, con los mobiliarios y accesorios necesarios.				
2.43	Se realiza periódicamente las mediciones de los niveles de ruido, iluminación y contaminantes y se toman acciones al respecto.				

3.

CLIENTES

Obs.: Cuando el Retail se autoevalúa, Cliente= a Comprador/Consumidor; cuando el Proveedor se autoevalúa, Cliente = a Retail/otros que adquieren los bienes o servicios ofrecidos.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
3.1	La empresa cuenta con un proceso de atención de reclamos, que incluye reclamos sobre productos y prácticas ambientales de la empresa.				
3.2	El canal para presentar reclamos es difundido y conocido por los clientes.				
3.3	La empresa brinda la información clara a sus clientes sobre sus productos, composición, riesgos de uso.				
3.4	La empresa cuenta con registro de establecimiento vigente según requisitos legales.				
3.5	Los productos comercializados cuentan con Registro Sanitario de Producto Alimenticio (RSPA) vigente.				
3.6	Los medios de transportes utilizados se encuentran en buen estado y cuentan con las habilitaciones para el transporte de alimentos.				
3.7	Se cuenta con registros de limpieza de las distintas dependencias de la empresa.				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
3.8	En caso de productos refrigerados o congelados: La empresa cuenta con registro de control de temperatura de los equipos de frío.				
3.9	En caso que el proceso requiera el contacto con agua: Se cuenta con el análisis de potabilidad de la misma.				
3.10	Los trabajadores que manipulan alimentos cuentan con capacitación sobre buenas prácticas de manufactura e higiene personal.				
3.11	Se realizan análisis médicos a los manipuladores de alimentos para detectar o prevenir enfermedades que puedan transmitirse a través de la manipulación de los alimentos.				
3.12	Las instalaciones y equipos se encuentran en buen estado (superficies limpias y lavables, materiales adecuados para la manipulación de alimentos, que permitan evitar la contaminación cruzada, etc.).				
3.13	Cuenta con registros de control de plagas.				
3.14	Cuenta con registros de desinfección.				

4.

MEDIO AMBIENTE

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
4.1	La empresa tiene definida una Política en relación a temas ambientales.				
4.2	La empresa tiene identificados los aspectos e impactos ambientales relacionados con sus operaciones.				
4.3	La empresa tiene identificada toda la legislación aplicable a sus impactos ambientales, incluyendo la de preservación de bosques.				
4.4	La empresa realiza periódicamente capacitaciones internas en temas ambientales. Ejemplos: Minimización en el uso de recursos, separación de residuos, reciclaje, etc.				
4.5	La empresa cuenta con las licencias ambientales o permisos de operación expedidos por el MADES.				
4.6	La empresa cuenta con un plan de disminución de los impactos ambientales generados por sus operaciones.				
4.7	La empresa cuenta con un procedimiento para atender quejas o denuncias relativas a temas ambientales.				
4.8	La empresa realiza acciones para minimizar el impacto ambiental de sus insumos y materiales.				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
4.9	La empresa implementa medidas para reducir o sustituir el uso de materiales tóxicos.				
4.10	Existen programas para la reducción del consumo de agua.				
4.11	Si el abastecimiento de agua se realiza a través de un pozo artesiano: El mismo se encuentra registrado y la empresa cuenta con un permiso de uso del recurso hídrico.				
4.12	Existen programas para la reducción del consumo de energía eléctrica.				
4.13	Existen programas para la reducción del consumo de papel.				
4.14	En el caso que la empresa utilice combustibles vegetales (leña, carbón), se asegura de que los mismos provengan de fuentes sustentables.				
4.15	La empresa cuenta con planes de minimización del consumo de combustibles, en particular combustibles fósiles.				
4.16	La empresa cuenta con planes para incrementar el uso de energías renovables.				

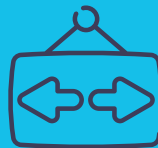
ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
4.17	La empresa cuenta con un servicio de mantenimiento de equipos de refrigeración que minimice el riesgo de fuga de gases al medio ambiente (reciclaje del gas refrigerante).				
4.18	La empresa ha identificado las emisiones de gases, polvo y/o humos al ambiente, generados por sus operaciones.				
4.19	Las emisiones se encuentran dentro de los límites permitidos por los requisitos legales.				
4.20	Se han tomado medidas para reducir las molestias ocasionadas por las operaciones de la empresa en la Comunidad (polvo, tránsito de camiones, olores, ruidos).				
4.21	La empresa dispone adecuadamente sus efluentes, incluyendo el uso de un sistema de tratamiento adecuado cuando corresponda.				
4.22	En el caso que la empresa realice el tratamiento de sus efluentes, implementa controles periódicos que garanticen que los mismos cumplen con los parámetros establecidos por la ley.				
4.23	Se realiza una separación de residuos sólidos.				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
4.24	Los residuos peligrosos como pilas, cartuchos de tinta, aceites, baterías usadas, envases de insecticidas, son gestionados separadamente.				
4.25	Los residuos peligrosos son entregados a empresas habilitadas para el efecto.				
4.26	La empresa realiza la recogida y entrega segregada de sus residuos reciclables.				
4.27	Se cuenta con medición y registro de la cantidad de residuos reciclados.				
4.28	Se dispone de mecanismos formales para la reducción del consumo de agua y de energía eléctrica.				
4.29	Los residuos de los productos comercializados son 100% reciclables, incluyendo sus embalajes.				
4.30	La empresa conoce los daños potenciales de sus productos y servicios para el medio ambiente, la comunidad y sus clientes/ consumidores.				
4.31	La empresa cuenta con mecanismos que le permiten asegurar que los insumos madereros o forestales que utiliza no provienen de bosques que están siendo deforestados o que están degradando los bosques/ medio ambiente (Ej: leña, carbón, madera para construcción o como materia prima).				

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
4.32	La empresa ha realizado un análisis de sus proveedores de productos cárnicos (carne y derivados) para verificar que los mismos desarrollen sus actividades productivas sin un impacto negativo en los bosques.				
4.33	La empresa cuenta con información acerca del origen de sus productos cárnicos (Frigorífico y establecimientos primarios de producción, incluyendo localización), y si los mismos cuentan con las licencias ambientales requeridas.				
4.34	La empresa ha establecido, entre los requisitos de compra, criterios específicos referidos a evitar la deforestación, el uso adecuado del suelo y de las fuentes de agua.				
4.35	La empresa cuenta con un plan para migrar, gradualmente, hacia criterios de compra que garanticen un impacto nulo sobre la deforestación.				
4.36	La empresa gestiona adecuadamente el uso del suelo, evitando su degradación.				
4.37	Los recursos hídricos son gestionados sin daño al medio ambiente ni a la comunidad (sobreexplotación, se evita el desvío de cursos de agua, etc.).				

5.		PROVEEDORES			
ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SÍ	NO	N/A	COMENTARIO/EVIDENCIA
5.1	La empresa verifica, en sus procesos de contratación, que sus proveedores estén operando en la legalidad (Factura, cumplimiento fiscal).				
5.2	En los contratos con contratistas, la empresa ha incluido cláusulas que exigen el cumplimiento de temas ambientales, de salud y seguridad y requisitos legales de contratación (Ej: que sus trabajadores cuenten con seguro social).				
5.3	La empresa verifica periódicamente las condiciones que los Contratistas otorgan a sus trabajadores, respecto al cuidado de su salud y seguridad; así como que los mismos cuenten con seguro social y no sean menores de edad.				

ANEXO



MATRIZ DE PLANIFICACIÓN

Partiendo de la premisa de que “solo se puede cambiar si se sabe lo que se puede y debe ser cambiado”, proponemos el siguiente esquema de Plan de Mejora, el cual les permitirá listar las medidas a tomar y acciones a implementar a lo largo de un año, en cada tema. De esta forma

podrán volver a autoevaluarse y comprobar los avances.

Igualmente, podrán notar que son varias las áreas que deben involucrarse en la gestión de los resultados, las cuales podrán interactuar y potenciar el trabajo en equipo, aprendiendo cada vez más acerca del Desarrollo Sostenible.

OBJETIVO DEL PLAN:						
TEMA	ACTIVIDADES PREVISTAS	PÚBLICO O GRUPO DE INTERÉS	RESPONSABLE	PLAZO	RESULTADOS ESPERADOS	CRITERIOS O INDICADORES DE EVALUACIÓN
(1) Valores y Principios Éticos.						
(2) Público Interno.						
(3) Clientes.						
(4) Medio Ambiente.						
(5) Proveedores.						

GLOSARIO

ÉTICA: Es la disciplina que se ocupa de pensar el valor del bien, su naturaleza, su relación con otros valores y la fundamentación de las normas morales que rigen las acciones de una persona.

MORAL: Es el conjunto de creencias y normas que guían y orientan el comportamiento de las personas, individualmente o en grupo, en una sociedad determinada; es el parámetro que éstas tienen para saber cuándo algo está mal o bien.

COMPORTAMIENTO ÉTICO:

Se refiere a la forma en que las decisiones o acciones afectan a los demás en el día a día laboral.

ÉTICA EMPRESARIAL U

ORGANIZACIONAL: Es el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa u organización para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a todos los entornos, en condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte.

FACTOR DE RIESGO: Es cualquier rasgo, característica o exposición de un individuo que aumente su probabilidad de sufrir una enfermedad o lesión.

CÓDIGO DE ÉTICA O CÓDIGO

DE CONDUCTA: Es un conjunto de directrices que tienen por objeto establecer las conductas aceptables para los miembros de un grupo en particular, asociación, o profesión. Del mismo se desprende la actuación ética en el desarrollo de las actividades diarias de una organización, más allá del cumplimiento jurídico.

COLABORADOR: Es aquel que participa con otros para llevar a cabo un trabajo o alcanzar un logro. En la actualidad, los colaboradores son creadores de valor en las empresas. En las organizaciones este concepto va desplazando a los tradicionales de Empleado y Funcionario.

PERSONAL TERCERIZADO:

La tercerización o subcontratación es una práctica llevada a cabo por una empresa cuando contrata a otra firma para que preste un servicio que, en un principio, debería ser brindado por ella misma. Este proceso suele realizarse con el objetivo de reducir los costos.

RECURSOS RENOVABLES:

Son aquellos cuya utilización no los agota, en la medida en que la naturaleza los regenera en una proporción superior a su uso.

RETROALIMENTACIÓN: Es un fenómeno de la comunicación. Se podría definir como aquella información devuelta en una comunicación efectiva. En todo proceso de comunicación hay dos elementos protagonistas: un emisor y un receptor. Entre ambos se produce una retroalimentación cuando el receptor responde al emisor.

CONTRIBUCIONES SOCIALES: Las contribuciones sociales incluyen las contribuciones al seguro social por parte de los empleados, empleadores y trabajadores independientes, y otras contribuciones cuya fuente no puede determinarse. También incluyen las contribuciones reales o imputadas a esquemas de seguro operados por el Gobierno.

POLÍTICA: Es una declaración de principios generales que la empresa u organización se compromete a cumplir. Una vez creada la Política, ésta debe quedar documentada y ser incluida en el Manual de Calidad o en el Manual Gestión Integral de la empresa.

SALUD OCUPACIONAL: Según la OIT y la OMS, la salud ocupacional es “la promoción y mantenimiento del mayor grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores en todas las ocupaciones mediante la prevención de las desviaciones de la salud, control de riesgos y la adaptación del trabajo a la gente, y la gente a sus puestos de trabajo”.

ENFERMEDAD PROFESIONAL: La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define las enfermedades profesionales -de acuerdo con el Protocolo de 2002 del Convenio sobre seguridad y salud de los trabajadores- como “toda enfermedad contraída por la exposición a factores de riesgo que resulten de la actividad laboral”.

ACCIDENTE DE TRABAJO: Es todo suceso repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo, y que produzca en el trabajador una lesión orgánica, una perturbación funcional o psiquiátrica, una invalidez o la muerte.

INCIDENTE: Es un suceso repentino no deseado que ocurre por las mismas causas que se presentan los accidentes, sólo que por cuestiones del azar no desencadena lesiones en las personas, daños a la propiedad, al proceso o al ambiente.

RIESGOS LABORALES: Se entiende como riesgo laboral a los peligros existentes en una profesión y tarea profesional concreta, así como en el entorno o lugar de trabajo, susceptibles de originar accidentes o cualquier tipo de siniestros que puedan provocar algún daño o problema de salud tanto físico como psicológico.

CRITERIO: Son parámetros que ayudan a planear una estrategia para alcanzar y monitorear las metas establecidas.

PREVENCIÓN DE RIESGO:

Es la disciplina que busca promover la mejora de la seguridad y salud de los trabajadores en el trabajo, mediante la aplicación de medidas y el desarrollo de las actividades necesarias para prevenir los riesgos derivados de las condiciones del trabajo, teniendo como herramienta fundamental la evaluación de riesgos, desarrollada en cada empresa por técnicos especialistas en Prevención de Riesgos Laborales.

RESIDUO: En ecología, residuo es cualquier material que su productor o dueño considera que no tiene valor suficiente para retenerlo y que se diferencia de la basura, que es un desecho producido por los humanos y que no puede ser reutilizado o reciclado, destacando los residuos sólidos urbanos.

RESIDUO PELIGROSO: Un residuo es considerado peligroso cuando independientemente de su estado físico presenta alguna o más de las características de peligrosidad como corrosividad, explosividad, toxicidad e inflamabilidad.

PRODUCTO TÓXICO: Tóxico es cualquier sustancia, artificial o natural, que posea toxicidad (es decir, cualquier sustancia que produzca un efecto dañino sobre los seres vivos al entrar en contacto con ellos).

RECURSOS NATURALES:

Son aquellos bienes que pueden obtenerse de la naturaleza sin mediar la intervención de la mano del hombre.

ASPECTO AMBIENTAL: Según la ISO 14001:2015, es un elemento que deriva de la actividad de la organización (sea producto o servicio) y que tiene contacto o puede interactuar con el medio ambiente; puede resultar beneficioso o adverso con el medio ambiente.

IMPACTO AMBIENTAL:

Es cualquier cambio que se produce en el medio ambiente siendo el resultado de la acción de todos o parte de los aspectos ambientales de una organización; puede resultar beneficioso o adverso con el medio ambiente (ISO 14000:2015).

MEDIO AMBIENTE: Es un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado.

RECURSOS NO RENOVABLES:

Son aquellos que constituyen depósitos limitados o con posibilidades de renovación por debajo de su explotación por parte de la sociedad. Un ejemplo por demás importante lo constituyen los hidrocarburos, al existir reservas limitadas de estos.

FUENTES CONSULTADAS

- Norma ISO 20.400 de Compras Sostenibles (2017).
- Indicadores Ethos de Responsabilidad Social y Sostenibilidad.
- Criterios definidos por la Mesa Global para la Ganadería Sostenible (GRSB, por sus siglas en inglés - Global Roundtable for Sustainable Beef).
- Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Herramienta de evaluación “Libre de deforestación y conversión” (DCF assessment tool, por sus siglas en inglés - Deforestation and conversion free).



WWF-Paraguay
Bernardino Caballero N° 191
esquina Jordania
Asunción, Paraguay
(595-21) 213 146 al 8
info@wwf.org.py
www.wwf.org.py



Este material fue elaborado
por la Asociación de
Empresarios Cristianos,
en el marco del Convenio
de Cooperación
con WWF Paraguay.