

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL DEL GRUPO UP



Versión 1
Noviembre 2018



PLAN

Contexto.....2

**01 MEDIOAMBIENTE:
POLÍTICA QUE TOMA EN CUENTA TODOS
LOS NIVELES**

Las 37 reglas del Grupo.....3
El proyecto estratégico3
Las hojas de ruta y los planes operativos.....3
Manual de compras responsables3

02 MEDIOS DE ACCIÓN

Los puntos de apoyo para la implementación del programa.....4
Forma de comprar4
Reducción de desechos.....4
Movilidad4
Consumo de energía4
Impacto de nuestra actividad5

CONTEXTO

El tema medioambiental y los retos ligados al cambio climático son desde hace varios años una prioridad en la escena internacional.

Se expuso en el Acuerdo de París del año 2015, que el sector privado y las empresas particulares, tienen un papel esencial para poder lograr los compromisos asumidos por los gobiernos a través de sus contribuciones a escala nacional. El Acuerdo de París marcó desde entonces el comienzo de una nueva era, pero solamente mediante el esfuerzo colectivo de todos los involucrados, se podrán lograr los objetivos de la lucha contra el cambio climático.

Convencido de la importancia de contribuir a los Objetivos del Desarrollo Sustentable, el Grupo Up asumió compromisos desde hace varios años. Estos últimos se concretizan por medio de la reformulación de las reglas del Grupo y de la implementación de su proyecto estratégico y también, gracias a su registro en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Up conoce su impacto ambiental y se compromete a tomar su parte en cuanto a la lucha contra el cambio climático. El Grupo ha comenzado acciones concretas de reducción y busca que en cierto plazo, su huella de carbono sea compensada.

Por medio de la sensibilización de los equipos en todas las filiales, los medios para contribuir de forma más proactiva y responsable a la lucha contra el cambio climático y la reducción de desechos son adquiridos. De esta forma, Up se fija objetivos ambiciosos, coherentes con el principio de una economía sustentable, para poder contribuir cada día a mantener el planeta para que futuras generaciones puedan ser beneficiadas.

Esta política tiene como objetivo de dar lineamientos concretos, para ayudar a las Direcciones a establecer sus acciones medioambientales y así permitir proporcionar las pruebas del compromiso medioambiental del Grupo Up. Los lineamientos integran el perímetro interno, pero también a las partes interesadas externas en especial los clientes, beneficiarios y proveedores.

01

MEDIOAMBIENTE: POLÍTICA QUE TOMA EN CUENTA TODOS LOS NIVELES

01

EL MEDIOAMBIENTE: UNA POLÍTICA TOMA EN CUENTA A TODOS LOS NIVELES

LAS 37 REGLAS DEL GRUPO

Entre las 37 reglas del Grupo, **la regla 9 trata sobre la preservación del medio ambiente:**

«Actor preocupado en las generaciones futuras, el Grupo motiva a sus filiales a comprometerse en la preservación del medio ambiente

Este compromiso implica:

- **Sensibilizar a los colaboradores** con gestos cotidianos y prácticas responsables en particular en las compras, la comunicación y la fabricación;
- **Llevar a cabo acciones** con el objetivo de disminuir el consumo de energía;
- **Comunicar los resultados de las acciones** tanto en interno como en externo. »

Como parte de un marco de referencia, las 37 reglas fijan lineamientos sólidos. Su implementación operativa está sustentada en el proyecto estratégico y las hojas de ruta.

EL PROYECTO ESTRATÉGICO

El programa ambiental

- **Combatir el cambio climático** movilizandando medios colectivos y fomentando iniciativas individuales.
- **Promover la reducción de desechos** y luchar particularmente contra el desperdicio alimentario.

LAS HOJAS DE RUTA Y LOS PLANES OPERATIVOS

La hoja de ruta “Hacer de Up, una marca internacional de un grupo reconocido por su compromiso de sus colaboradores y con las partes interesadas para una empresa más sostenible” integra la palanca medioambiental.

Se incluyen las etapas siguientes: conocimiento del programa, identificación de las acciones y establecimiento del plan de acciones, implementación de las acciones, establecimiento de un plan de implicación por parte de los colaboradores y compromiso de los colaboradores.

EL MANUAL DE LAS COMPRAS RESPONSABLES

El respeto al **manual de compras responsables** del grupo Up, contribuye naturalmente a la política medioambiental. El segundo compromiso del manual tiene como objetivo la preservación del bien común para las futuras generaciones. El manual destaca la atención a los recursos de reserva, al reciclaje de productos en su último ciclo de vida, tratamiento de desechos, huella de carbono y los productos hechos de forma sustentable pero también a la selección cuidadosa de proveedores.

PUNTOS DE APOYO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA

Cada filial debe de identificar la normativa medioambiental aplicable y dar seguimiento a su cumplimiento.

La norma ISO 14001 define una serie de requisitos específicos a la implementación de un sistema de gestión medioambiental en una organización.

La certificación ISO 14001 es una prueba del compromiso en materia medioambiental y de la voluntad de mejora continua. Se recomienda a todas las filiales de obtener esta certificación.

El Grupo Up recomienda a sus filiales de actuar para disminuir su huella de carbono. Este rubro cuenta con tres etapas.

MEDIR

llevando a cabo
el análisis de
carbono de su
actividad

REDUCIR

determinando
un plan de
acciones
e
implementándolo

COMPENSAR

Invirtiendo
en proyectos

La medida de los indicadores medioambientales se lleva a cabo anualmente durante el reporte

extra financiero

Para una mejor gestión, se motiva a cada filial de implementar un seguimiento más regular de sus consumos (de energía, papel, combustible, materias primas...).

Informar y sensibilizar a los empleados permite que los comportamientos individuales evolucionen. Se trata de comunicar sobre el proceso, sobre el compromiso de la Dirección y los retos medioambientales del sitio (globales e individuales). Esta comunicación debe de implicar un número más grande de personas para que se involucren en el proceso y posteriormente que se conviertan en actores. La comunicación interna de los resultados proporcionará un reconocimiento de los esfuerzos realizados, valorizando a los actores para una motivación mayor de los mismos.

Cada filial debe sensibilizar regularmente a sus empleados acerca del consumo de papel, de energía y de combustible, sobre los criterios medioambientales de las compras y los desechos. El Grupo propone una movilización transversal anual (como por ejemplo el World Clean Up Day). Se trata de un medio adicional para involucrar a los empleados.

COMPRAS

A través de las compras de materias primas, el grupo Up, busca mostrar su compromiso medioambiental. Para poder asegurarse de lo anterior, se deben de verificar el origen de los papeles para que estos provengan de bosques gestionados de forma sustentable, el origen del plástico, la materia reciclable de los empaques, la ubicación de los proveedores.

Cada filial debe de llevar a cabo inventarios de sus provisiones e identificar las áreas de mejora y sus plazos para poder implementarlas.

REDUCCIÓN DE DESHECHOS

Cualquiera que sea el tamaño y la actividad de nuestra empresa, esta produce desechos tanto en el lugar de trabajo (desechos de oficina, empaques, de mobiliario o de equipos...). Las empresas tienen la responsabilidad de comprometerse en un proceso de reducción. Para empezar por la responsabilidad asociada a su imagen: política ambiciosa de reducción de desechos es un elemento valioso y sobre todo muy esperado por parte de los clientes, empleados y aliados de la empresa.

La clasificación de los desechos (plástico, cartón, vidrio, desechos electrónicos...) debe de ser efectiva en todas las filiales. El proceso de recuperación adecuado debe de estar implementado.

En lo cotidiano y durante la organización de eventos, cada filial debe de actuar con el objetivo de no tener ningún desecho y también incluir también el cero desperdicio alimentario.

Como emisor de productos, cada filial debe de anticipar y proponer soluciones de reciclaje de los productos que se encuentran en su último ciclo de vida.

MOVILIDAD

Los desplazamientos representan una parte importante de la huella de carbono del Grupo. Se deben de estudiar varias soluciones para disminuir este tema.

Sin tener que reemplazar por completo los encuentros, las video conferencias y llamadas de Skype, permiten en varios casos, reemplazar desplazamientos sin sentido.

Con el fin de tener una política de automóviles acorde con nuestros compromisos, se deberá de dar prioridad a los vehículos eléctricos e híbridos. La implementación de terminales de recarga en las oficinas del Grupo es una posibilidad (para los lugares que permitan esta posibilidad).

Cada filial debe de tener una política de automóviles estructurada que refleje este compromiso.

Los desplazamientos cotidianos de los empleados entre su domicilio y su lugar de trabajo tienen un impacto importante a nivel medioambiental.

Cada filial debe adaptarse dependiendo de su contexto para tomar las medidas necesarias (transporte en común, camiones, bicicleta, automóvil compartido...). La implementación del home office es una opción interesante, desde el punto de vista medioambiental, es necesario que se encuentre dentro de un marco negociado previamente.

CONSUMO DE ENERGÍA

La ecología digital consiste en modificar los comportamientos ciudadanos notablemente, los usos en las empresas son los primeros emisores de contaminación digital. Podemos definir principalmente tres fuentes de contaminación digital:

- La fabricación de aparatos electrónicos y en especial, la extracción de metales preciosos
- las prácticas digitales de los ciudadanos e industriales, el impacto de los centros de datos y su uso por parte de los ciudadanos,
- y la gestión de los aparatos en su último ciclo de vida y de los desechos electrónicos.

Cada filial, después de realizar un estudio de sus prácticas, deberá de avanzar en su política digital para poder estar conforme al cuidado medioambiental.

El Grupo Up, busca apoyar el desarrollo de las energías renovables.

Cada filial debe de evaluar las posibilidades del uso de energías renovables y comprometerse con un plan.

IMPACTO AMBIENTAL DE NUESTRA ACTIVIDAD

Nuestra actividad y nuestras soluciones al servicio de la lucha contra el cambio climático: el impacto ambiental del Grupo Up puede también traducirse a través de nuestra actividad y soluciones:

- Los productos y servicios propuestos a nuestros clientes
- La influencia de los consumidores por medio de nuestra red y de la sensibilización de los beneficiarios al usarlo.
- Apoyo a Start-ups

Cada filial debe de identificar cuál es su contribución actual y cuál podría ser para la lucha contra el cambio climático, por medio de sus productos y servicios, dependiendo de su contexto, y de sus partes interesadas.

Productos y servicios sustentables: Como emisor de productos y servicios, el Grupo Up debe de analizar el impacto de su actividad en la totalidad de la cadena. El análisis del ciclo de vida (CVP) es una metodología que permite evaluar este impacto. Registra y cuantifica, a lo largo de la vida de los productos, los flujos físicos de materia y energía asociados a las actividades humanas.

Se solicita a las filiales que, durante el diseño de un nuevo producto o servicio, se dé un enfoque de diseño ecológico y sustentable.



