
	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR	Código: CRE-PO-03
		Versión: 1
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability	Página: 1 de 7

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	OBJETIVO	2
3.	ALCANCE	2
4.	RESPONSABILIDAD	2
5.	AUTORIDAD.....	2
6.	DEFINICIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL.....	3
7.	DOCUMENTOS DE CONSULTA.....	3
8.	CONTENIDO DE LA POLÍTICA.....	3
8.1.	DEFINICIONES	3
8.2.	PILARES DE LA POLÍTICA	4
8.3.	PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA.....	4
8.4.	CONTENIDO ESPECIFICO DE LA POLÍTICA INTEGRAL.....	5
9.	CONTROL DE REVISIÓN.....	7
10.	CONTROL DE CAMBIOS Y CICLO DE APROBACIÓN:.....	7

TELEPERFORMANCE PÚBLICO

Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.

	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR	Código: CRE-PO-03
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability	Versión: 1
		Página: 2 de 7

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad se evidencian diversas problemáticas asociadas a los patrones de producción y consumo, lo cual ha ocasionado el uso desmedido de los recursos naturales y la contaminación de los ecosistemas, afectando así el correcto funcionamiento de nuestro planeta e incluso afectando la salud de las personas. Lo anterior, nos permite inferir que el progreso económico y social está ligado a la degradación ambiental y es por esto por lo que se plantea que la producción y consumo sostenibles permitirá a la sociedad “hacer más y mejor con menos”, contribuyendo directa e indirectamente a un desarrollo bajo en carbono, economías más verdes y la mitigación de la pobreza.




2. OBJETIVO

Establecer las directrices mínimas para incentivar el consumo responsable en todas las actividades y procesos de Teleperformance Middle Americas Region, integrando los aspectos sociales, ambientales y éticos en las decisiones de compra o adquisición de insumos o elementos para la compañía.



3. ALCANCE

Los lineamientos de la presente política son de obligatorio cumplimiento para todos los(as) trabajadores(as) de **TELEPERFORMANCE MIDDLE AMERICAS REGION (TP MAR)**, incluyendo aquellos(as) directos(as) e indirectos(as) y sus representantes, así como contratistas, proveedores, visitantes y demás partes interesadas.

4. RESPONSABILIDAD


-  **Alta dirección** establecerá los lineamientos de la política del sistema de gestión ambiental.
-  **Especialista de gestión ambiental** garantizará el cumplimiento de esta política y la mantendrá actualizada y asegurará su divulgación a todas las partes interesadas.
-  **Grupos de interés o partes interesadas** como los(as) trabajadores(as), proveedores y contratistas, entre otros, deberán dar cumplimiento a la presente política y promover hábitos de consumo más responsable.

5. AUTORIDAD



-  **Aprobación:** Alta Dirección en representación del *sponsor* del área de Responsabilidad Social Corporativa & Sostenibilidad.
-  **Revisión y actualización:** Líder del sistema de gestión ambiental.

TELEPERFORMANCE PÚBLICO



Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.

	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR	Código: CRE-PO-03
		Versión: 1
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability	Página: 3 de 7

6. DEFINICIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

-  **Qué es:** Es un conjunto de elementos relacionados entre sí bajo procesos de trabajo orientados en prevenir la contaminación y proteger el ambiente.
-  **Para qué es:** Mejorar el desempeño ambiental de la organización, incentivando que todos sus procesos se lleven a cabo de la forma más eficiente, consumiendo responsablemente los recursos y reduciendo los posibles impactos que se puedan derivar.

7. DOCUMENTOS DE CONSULTA

-  Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible
-  Norma ISO 14001:2015 Sistemas de gestión ambiental




8. CONTENIDO DE LA POLÍTICA

La Organización Naciones Unidas, donde se establece que para mantener los hábitos y estilos de vida actuales se requieren cerca de 1.75 planetas Tierra. Lo más alarmante es que en caso de continuar así, para 2050 y contando el aumento poblacional proyectado se llegarán a requerir los recursos de hasta 3 planetas Tierra para poder seguir manteniéndonos.

Es por tal razón que la sociedad debe cuestionar los actuales patrones de producción y consumo, pensar en cadenas de suministro locales, con productos y/o servicios caracterizados por su bajo impacto ambiental y social, caracterizadas por sus bajas emisiones de carbono y gran innovación.


En Teleperformance estamos comprometidos con el uso apropiado y racional de los recursos naturales, a través de medidas que aporten a la protección y conservación del ambiente, siendo cada parte interesada consciente de tener el deber y la obligación de llevar a cabo las funciones con el menor impacto.

8.1. DEFINICIONES

-  **Ambiente:** Entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones.
-  **Contaminación ambiental:** Presencia de componentes nocivos, bien sean de naturaleza biológica, química o de otra clase, en el ambiente.
-  **Consumo responsable:** Es una actitud que implica la toma de decisiones bien razonadas sobre los productos que se compran, considerando sus beneficios ambientales, sociales y económicos.

TELEPERFORMANCE PÚBLICO

Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.

	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR	Código: CRE-PO-03
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability	Versión: 1 Página: 4 de 7

- Impacto ambiental:** Cambio en el medio ambiente, ya sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de una organización.
- Impacto de una organización:** Cambio positivo o negativo que se genera en la sociedad, la economía o el ambiente, producido en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las decisiones y actividades pasadas y presentes de una Organización.
- Impacto social:** cambios que experimentan las personas, grupos o comunidades como consecuencia del desarrollo de una actividad, proyecto, programa o política concreta y que afectan a las condiciones humanas en el largo plazo.
- Partes interesadas (Grupos de interés):** Persona u organización que puede afectar, verse afectada, o percibirse como afectada por una decisión o actividad. Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización.
- Plásticos de un solo uso:** Productos desarrollados a partir de materiales destinados a ser desechados tras su primer uso, por lo que no son reutilizables y su reciclabilidad es baja por cuestiones técnicas y económicas.

8.2. PILARES DE LA POLÍTICA

- ✓ Prevenir y mitigar la contaminación.
- ✓ Reducir el consumo de materiales y elementos con bajo potencial de aprovechamiento.
- ✓ Incrementar el uso de materiales y elementos de origen natural y local.
- ✓ Promover la adquisición y utilización de elementos más amigables con el ambiente.
- ✓ Incentivar cadenas de suministro más sostenibles.
- ✓ Aportar al cumplimiento de la política del sistema integrado de gestión.


8.3. PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA

La organización ha direccionado diferentes iniciativas y estrategias para implementar los principios del consumo responsable:




- Ética:** Seleccionar productos y servicios que se elaboren de manera ética, sostenible y respeten tanto valores como los derechos humanos, la igualdad y la justicia social.
- Crítico:** Criterio asociado a la toma de decisiones sobre la necesidad de la compra a realizar, determinando así de manera consciente el consumo a efectuar.
- Conciencia:** La migración hacia un consumo más sostenible es trabajo de todas las personas, es por ello por lo que cada decisión cuenta y puede tener un impacto significativo en el ambiente y en la sociedad.
- Sostenible:** Tratar de construir y fomentar un estilo de vida mas sostenible, respetando y protegiendo al medio ambiente desde cada acción a realizar, incluyendo la compra o adquisición.
- Economía circular:** Incluir las 9R, Repensar, Reutilizar, Reparar, Restaurar, Remanufacturar, Reducir, Re-proponer, Reciclar y Recuperar, lo cual busca minimizar la producción de residuos y

TELEPERFORMANCE PÚBLICO

Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.

	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR	Código: CRE-PO-03
		Versión: 1
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability	Página: 5 de 7

maximizar la reutilización de los recursos disponibles.

- 
Solidaridad: Es necesario apoyar a las empresas locales y a las pequeñas empresas que trabajan a favor de la sostenibilidad y la equidad.
- 
Educación: Es imprescindible informarse y educar a los demás sobre los beneficios y la importancia del consumo responsable.
- 
Saludable: Fomenta la creación de hábitos y entornos naturales más saludables, lo que, a su vez, genera un mayor bienestar y felicidad en las personas.

8.4. CONTENIDO ESPECIFICO DE LA POLÍTICA INTEGRAL

8.3.1. Compras sostenibles

El área de compras a su vez también presentara un gran aporte para esta política dentro del proceso de compras sostenibles debido a que apoyara a las demás áreas de la compañía a vincular proveedores y contratistas que direccionen sus productos y servicios a la sostenibilidad de manera progresiva. Así mismo las áreas solicitantes de insumos, servicios, etc., deberán tener en cuenta el componente ambiental y social, priorizando aquellos que ofrezcan productos y servicios de bajo impacto ambiental, ya sea por su composición, cadena de suministro y/o potencial de aprovechamiento una vez su ciclo de vida finalice. Así como en la adquisición de nuevos insumos o elementos deberán tener en consideración este componente antes de efectuar la compra.

8.3.2. Plásticos de un solo uso

El uso de plástico se ha incrementado exponencialmente en los últimos años, debido a las excelentes propiedades del material para procesos e industrias específicas. Expertos han logrado establecer que el plástico puede tardar de 100 a 1000 años en descomponerse o incluso más, esto ha generado una de las principales problemáticas que se enfrentan en la actualidad, debido a la contaminación producida por la incorrecta disposición de los residuos y la ausencia de su aprovechamiento.


Algunos ejemplos de plásticos de un solo uso son:

- ✓ Bolsas
- ✓ Vasos y platos
- ✓ Envases de alimentos
- ✓ Pitillos
- ✓ Cubiertos
- ✓ Mezcladores
- ✓ Globos
- ✓ Botellas

Desde Teleperformance tenemos el compromiso de regular el uso de estos elementos en nuestros procesos, dando cumplimiento a los requisitos aplicables, pero a su vez, en los diferentes grupos de interés incluso aquellos con los cuales se mantienen relaciones comerciales como los proveedores y contratistas, los cuales deberán garantizar la minimización o uso cero en la implementación de estos

TELEPERFORMANCE PÚBLICO

Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.

	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR	Código: CRE-PO-03
		Versión: 1
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability	Página: 6 de 7

plásticos y de igualmente incentivar su aprovechamiento mediante diversas estrategias, por ejemplo, implementar recursos compuestos por otros materiales, comunicación y educación, contenedores para su segregación, entre otros. Esto se extiende también a cualquier evento, sin importar su tamaño y/o fin.

8.3.3. Uso de productos locales

En la compañía se promoverá la adquisición de productos locales debido al impacto positivo que esto conlleva, pues estos insumos permiten mitigar las afectaciones ambientales y sociales, reduciendo así largos trayectos en recorridos (huella de carbono), aporte agrícola y productores del país, , variedad de productos, apoyo a pequeños negocios, entre otros. Incluyendo de esta manera elementos locales en las compras de la compañía.

8.3.4. Cero papel

Nuestra organización se caracteriza por brindar soluciones tecnológicas, bajo este marco, se establece el compromiso de minimizar el consumo de papel en los procesos internos y externos siempre que sea posible y no represente algún incumplimiento normativo. Con el fin de profundizar más sobre el consumo responsable de recursos, por ejemplo, uso eficiente del agua, la energía y aprovechamiento de residuos se recomienda consultar la **CRE-PO-06 Política de Ecoeficiencia y Economía circular**.

8.3.4. No uso de globos


La compañía promueve la reducción de los impactos ambientales generados por actividades asociadas a nuestra razón social, por lo cual ha identificado como una de las mayores afectaciones la adquisición y uso de globos en las instalaciones, estos mismos pueden llegar a presentar diversas afectaciones sobre el ambiente. Es por ello por lo que se promueven otras alternativas mas amigables, direccionadas a la sostenibilidad y asegurando la protección de nuestro entorno natural, evitando así el uso de globos en cualquier espacio de la compañía.

8.3.5. Comunicación

La organización transmite de manera continua la importancia de realizar acciones en pro y cuidado del ambiente, por lo cual se genera una toma de consciencia continua desde diferentes frentes que permitirán avanzar de manera significativa en la integración de esta política en nuestra compañía e incluso en nuestros colaboradores.

TELEPERFORMANCE PÚBLICO

Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.

	POLÍTICA DE CONSUMO RESPONSABLE TP MAR		Código: CRE-PO-03
			Versión: 1
	Capacidad: 3.2. Corporate Social Responsibility & Sustainability		Página: 7 de 7

9. CONTROL DE REVISIÓN

FECHA	CAMBIOS	CICLO DE APROBACIÓN
03-Sep-2024	No	Revisa: Daniela Murcia Especialista de RSC & Sostenibilidad Lina Izquierdo Especialista de gestión ambiental Aprueba Director: Robert Gutiérrez Manager RSC & Sostenibilidad

10. CONTROL DE CAMBIOS Y CICLO DE APROBACIÓN:

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN	CICLO DE APROBACIÓN
03-Sep-2024	1	Creación del Documento	Elabora: Daniela Murcia Especialista de RSC & Sostenibilidad Lina Izquierdo Especialista de gestión ambiental Revisa: Robert Gutiérrez Manager de RSC & Sostenibilidad Aprueba: Karina Juárez CXO TP MAR

Karina Juarez
Karina Juarez (11 sept.. 2024 10:18 CDT)

Andres Bernal
Andres Bernal (12 sept.. 2024 20:24 CDT)

TELEPERFORMANCE PÚBLICO

Se puede compartir internamente y a terceros sin autorización adicional del propietario de la información.