

copipunto 

Imprimiendo juntos  
un mundo mejor

# MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021

**1** Primera  
Edición

Empresa



Certificada

## FICHA TÉCNICA

### COORDINACIÓN GENERAL

Paola Villalba, Gerente de Desarrollo de Personas.

### COORDINACIÓN EDITORIAL

PROYECTARSE. Agencia de Responsabilidad Social y Comunicación Organizacional.

### COLECTA DE INFORMACIÓN

Luis Pereira, Gerente Administrativo.  
Claudia Silva, Gerente de Marketing.  
Priscila Vera, Gerente de Web y canales alternativos.  
Diana Amarilla, Encargada de Desarrollo de Personas.  
Betania Domínguez, Tesorera.

### DISEÑO GRÁFICO

Pedro Benitez

### FOTOGRAFÍAS

Archivo institucional

Asunción, Paraguay.  
Julio, 2022.

2022© Todos los derechos reservados.

Este documento es propiedad de COPIPUNTO S.A. 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 empresa aborda la igualdad de género.

## Acerca de esta publicación

1RA. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD.  
Metodología: Global Reporting Initiative (GRI) en su versión estándar G5, para el nivel "de conformidad esencial"; autopoicionamiento.

Cobertura: enero de diciembre del 2021.  
Esta edición del 2021 se encuentra disponible en [www.copipunto.com.py](http://www.copipunto.com.py)

Los comentarios o consultas, pueden ser enviados al área de Desarrollo de Personas: [pvillalba@copipunto.com.py](mailto:pvillalba@copipunto.com.py)





# ÍNDICE

<b>1</b>	<b>MENSAJE DEL DIRECTORIO</b>
<b>4</b>	<b>PERFIL EMPRESARIAL</b> Nuestros inicios Principales hitos La Empresa en la actualidad Participaciones y Alianzas Reconocimientos del 2021
<b>8</b>	<b>GOBERNANZA E INTEGRIDAD</b> Gobierno Corporativo Compromisos Éticos
<b>14</b>	<b>LA SOSTENIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS</b> Impactos y riesgos del negocio Temas materiales Objetivos de Desarrollo Sostenible vinculados Relacionamiento con Grupos de Interés
<b>18</b>	<b>DESEMPEÑO SOCIAL</b> Público Interno Proveedores Clientes Comunidad y Sociedad
<b>34</b>	<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b> Compromiso ambiental Gestión de Consumo Gestión de Residuos Iniciativas en curso
<b>40</b>	<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b> Indicadores Económicos Indicadores Financieros Dictamen de Auditoría Externa
<b>43</b>	<b>METAS PARA EL 2022</b>

# MENSAJE DEL DIRECTORIO



**JAVIER OSTERTAG**  
Director General

Esta primera Memoria de Sostenibilidad de Copipunto nos desafió a identificar y consolidar la información de nuestras prácticas institucionales y comerciales, comenzando por los sistemas de gestión. Fue un aprendizaje interesante, ya que logramos dimensionar el alcance de lo que estamos haciendo y comunicarlo de forma estructurada.

El ejercicio nos permitió notar que aún en el contexto del Covid-19 mantuvimos vigente los compromisos asumidos; algunas iniciativas se redujeron en alcance, pero se notó la creatividad del equipo para innovar con otros proyectos.

En términos económicos, los resultados del 2021 fueron auspiciosos; obtuvimos un 23,86% más de utilidad operativa, respecto al año anterior. La combinación de participación en organizaciones promotoras del desarrollo sostenible, con la concreción de alianzas estratégicas entre empresas y organizaciones con valores compartidos, impactó en forma muy positiva en este periodo, en que se volvió necesario unir esfuerzos para reactivar la economía local.

A nivel país, el efecto de la pandemia continuó fuerte en el primer semestre del año, pero en el segundo pasó casi desapercibido, posibilitando que nuestras operaciones continúen a su ritmo normal, sin interrupciones. Sí tuvo repercusión indirecta sobre la actividad comercial, especialmente en el aumento del costo de los insumos de la producción, que hizo que incorporemos nuevos costos.

De esta forma, un desafío para el 2022 es mantener los márgenes de ganancia del 2021. Para ello, deberemos ser disciplinados, potenciar los factores que crean buen clima laboral y maximizar la buena gestión con los aliados.

Agradezco a todos los clientes y proveedores que nos brindan su confianza, al elegirnos. A cada uno de los colaboradores, por su buen desempeño; y a nuestros aliados, por ser partícipes en este proyecto del Paraguay donde todos prosperamos un poco, cada día.

Buena lectura.



**LUIS OSTERTAG**  
Director Titular

Los dos últimos años implicaron un gran esfuerzo para mantener la cartera comercial y el equipo de trabajo. De la misma forma que nos acercamos a los clientes con opciones que les hicieran optar por Copipunto, nos enfocamos en contener a nuestros colaboradores, para evitar la rotación.

La pandemia nos colocó en un periodo de cambios, que se volvieron parte de la cotidianidad y a los que debimos adaptarnos con creatividad para continuar operando. Este es el caso de nuestro portal web, que de ser un espacio 100% informativo, se convirtió en una tienda e-commerce.

También, buscamos mejorar la experiencia del servicio en nuestras tiendas, por lo que instalamos rampas de acceso, dimos continuidad al eco-vuelto, aumentamos los espacios de oportunidad para el primer empleo, entre otras acciones que están contenidas en nuestra primera Memoria de Sostenibilidad.

Cerramos el 2021 en etapa de recuperación; mejor que en 2020, pero todavía por debajo de los niveles de venta que teníamos pre-pandemia. La vuelta a la presencialidad, por la particularidad de nuestro negocio, fue realmente inmediata. Aplicamos estrictamente los protocolos, para evitar los contagios, mientras aguardábamos las vacunas, y luego, mientras se procedía a la vacunación, que acompañamos con campañas internas de concienciación.

El desafío que tenemos para el 2022 es continuar con la innovación como estrategia de posicionamiento y crecimiento en el mercado. Esto, al tiempo de estrechar los vínculos con las organizaciones aliadas, como Sistema B, la ADEC, y las empresas que apuntan al triple impacto, para juntos avanzar hacia ese Paraguay mejor, que todos queremos y merecemos.

En esta misma línea, esperamos del sector público un comportamiento acorde a las necesidades de los distintos sectores y una lucha más activa contra la corrupción, que se materialice en salud, educación y vivienda.

Esperamos con gran interés sus comentarios y aportes, acerca de nuestra Memoria de Sostenibilidad, y que su contenido les sirva de inspiración para replicar las mejores prácticas.

# DECLARACIONES INSTITUCIONALES

## PROPÓSITO

Juntos imprimimos un mundo mejor.

## VISIÓN

El mundo nos reconoce por imprimir soluciones innovadoras y cambios de gran impacto.

## MISIÓN

Ofrecemos impresiones y soluciones prácticas e innovadoras, para que puedas comunicar momentos, ideas y proyectos que generen cambios que impacten positivamente al mundo.

## VALORES

**Somos Protagonistas:** Hacemos que las cosas sucedan, buscamos la innovación.

**Somos íntegros:** Vivimos con coherencia, somos honestos, sinceros y empáticos.

**Trabajamos en equipo:** Somos tolerantes, respetamos a los demás, nos ayudamos y cooperamos para lograr siempre un buen ambiente de trabajo, donde nos hallemos y nos sintamos comprometidos.

**Aprendemos y crecemos juntos:** Nos capacitamos y estudiamos. Somos un puente para que los jóvenes de aquellos sectores más vulnerables logren insertarse a un mundo laboral altamente competitivo a través de la educación y capacitación.

**Cuidamos la naturaleza:** Canalizamos correctamente nuestros residuos, reutilizando todo lo posible, optamos por materia prima reforestada y materiales que no dañen al medio ambiente. Establecemos relaciones con proveedores con certificado de calidad y/o medioambiental.

Empresa



Certificada

# PERFIL EMPRESARIAL



# NUESTROS INICIOS

Bajo la denominación de Copimódulos, Marizza Giménez de Sapena crea, en 1978, el proyecto comercial que antecedió a Copipunto, con los servicios de fotocopias, impresión de planos heliográficos y papelería empresarial.

En 1993, ya con la adopción del nombre Copipunto, la empresa pasa a constituirse en una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), con un directorio ampliado. Las inversiones, para potenciar y ampliar la oferta, no se hicieron esperar. Al año de asumir el nuevo nombre, se importó (desde Alemania) una impresora offset y otros equipos complementarios.

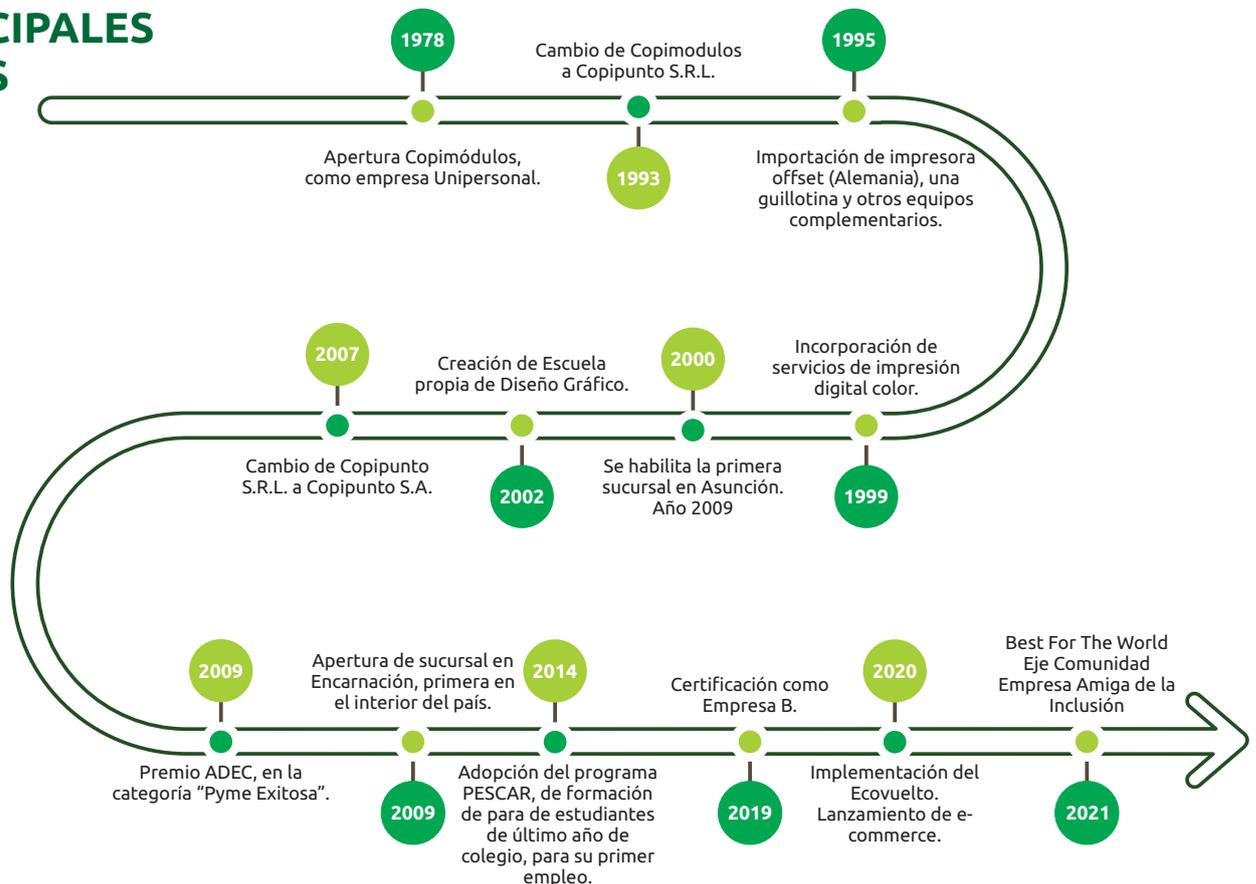
Con el final del siglo XX se incluye un nuevo servicio, el de impresión digital.

Siempre teniendo presente la satisfacción de los clientes, en el 2000 se habilita la primera sucursal en el barrio Villa Morra, de Asunción; seguida por la de Encarnación, expandiéndose así fuera de la capital. Este mismo año, consecuente con su modelo de atención personalizada, se crea una escuela propia de diseño gráfico (perfil profesional escaso, en esa época), para formar al plantel técnico.

La innovación continuó siendo la característica de la gestión, hasta el 2019, año en que se incorporó una modificación significativa al Estatuto Social, al certificar como Empresa B, blindando dos de sus artículos, con compromisos sociales y ambientales específicos, sin cambiar de tipo de Sociedad.

El negocio de Copipunto implicó el desarrollo de un nuevo oficio, por lo que su foco social está puesto en la formación técnica, que incluye la oportunidad de primer empleo a jóvenes, de las comunidades en las que tiene sucursales.

## PRINCIPALES HITOS

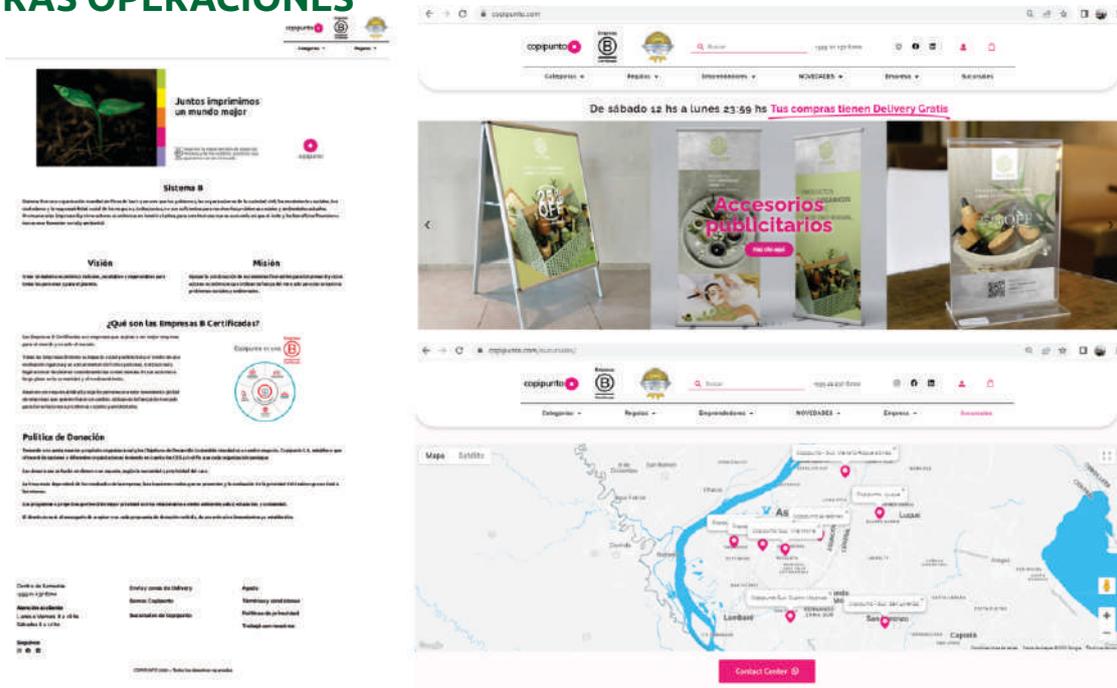


# LA EMPRESA EN LA ACTUALIDAD

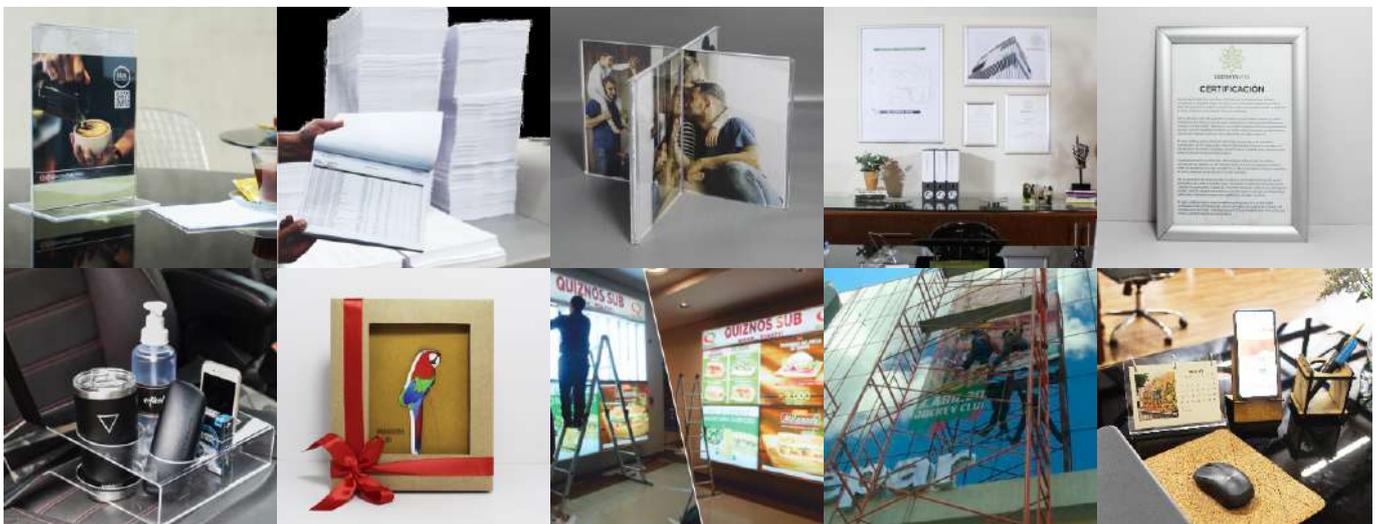
Con casi tres décadas de funcionamiento y unos USD 12 millones invertidos, la marca Copipunto se fortalece como sinónimo de especialistas en impresiones y soluciones para comunicar los momentos, ideas y proyectos de los clientes.

Acceder a la certificación de “Empresa B” representó, para Copipunto, otro impulso para continuar con la identificación de buenas prácticas comerciales, sociales y ambientales. En este sentido, la utilización de tecnología actualizada y el establecimiento de alianzas estratégicas, con otras empresas y organizaciones, constituyen la clave para evolucionar y ser competitivos en el mercado local.

## NUESTRAS OPERACIONES



## SERVICIOS OFRECIDOS



# PARTICIPACIONES Y ALIANZAS

## PARTICIPACIONES



## ALIANZAS



## RECONOCIMIENTOS 2021



Best For The World, B Lab Global



Empresa Amiga de la Inclusión, Fundación Saraki.



Mención de honor y reconocimiento como Empresa Amiga y Solidaria, Centro Productor de Sangre y Terapia Celular, IPS

Empresa



Certificada

# GOBERNANZA E INTEGRIDAD



# GOBIERNO CORPORATIVO

Desde el año 2007, Copipunto es una Sociedad Anónima, operando con capital 100% nacional. Inició sus operaciones en 1978 como Unipersonal; luego, en 1993 se convirtió en Sociedad de Responsabilidad Limitada. Su principal órgano de gobernanza es el Directorio Ejecutivo, que se reúne anualmente en Asamblea General para establecer los objetivos estratégicos, aprobar los informes de estados financieros y presupuestos, entre otras funciones.

La cartera accionaria está compuesta por dos socios, que se acompañan en el Directorio con otros miembros de la familia. Todos con cargos ejecutivos en la estructura funcional, asumiendo roles específicos.

## COMPOSICIÓN SOCIETARIA



## DIRECTORIO EJECUTIVO



**Javier Ostertag**  
Presidente



**Luis Ostertag**  
Director



**Margarita Ostertag**  
Directora



**Natalia Hiestand\***  
Directora



**Anibal Ferreira**  
Síndico Titular

El Directorio se reúne semanalmente para reportar sus avances y mantenerse informado acerca de la evolución de los planes. En su comportamiento, tienen como parámetro el mismo Código de Ética que aplica al equipo de trabajo y participan activamente de las iniciativas comerciales e institucionales, ejerciendo la representación de Copipunto.

\*Nacionalidad Argentina; todos los demás, paraguayos.

# PLANTEL GERENCIAL PLANTEL GERENCIAL

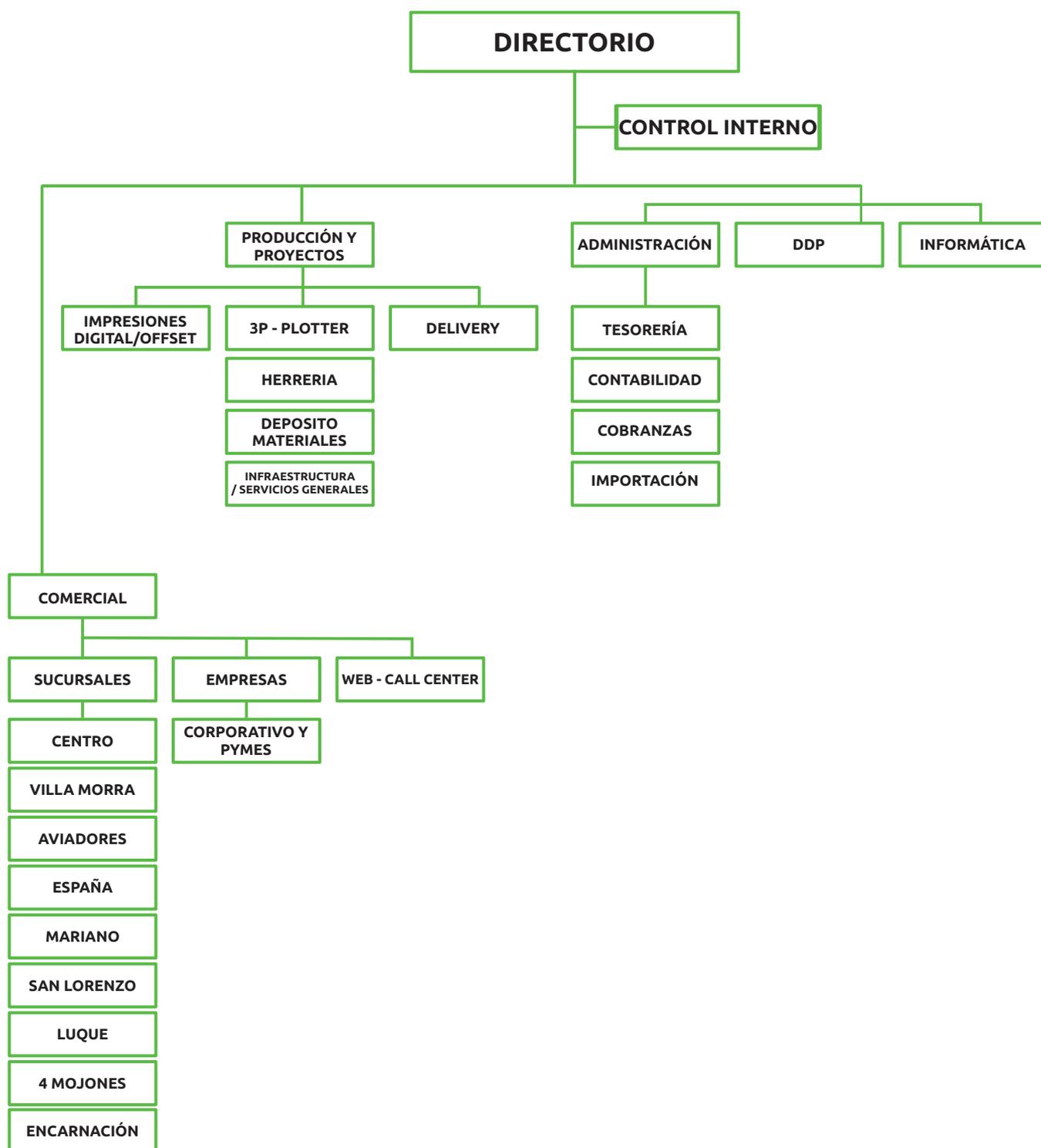
La estructura funcional es conducida por Gerentes de área, con funciones técnicas concretas. En su composición logramos la equidad de género, ya que la mitad de los cargos están ocupados por mujeres.

NOMBRE	CARGO
Celso Vera	Gerente de TIC
Luis Pereira	Gerente Administrativo
Mirian Ovella	Gerente de Empresas
Alcira Villalba	Gerente de Cartelería
Priscila Vera	Gerente de Web y Call Center
Claudia Silva	Gerente de Marketing
Gustavo Hünicken*	Gerente de Control Interno
Rubén Pereira	Gerente de Producción
Hugo Vera	Gerente de Delivery
Paola Villalba	Gerente de Desarrollo de Personas
Hugo Ocampos	Gerente Comercial
Amelia Villagra	Gerente de Sucursal Centro
Miguel Gómez	Gerente de Sucursal Villa Morra
Angélica Alfonzo	Gerente de Sucursal San Lorenzo
Fátima Sanabria	Gerente de Sucursal Encarnación
Melisa Villalba	Gerente de Sucursal España
Adam Chena	Gerente de Sucursal Mariano Roque Alonso
Sofía Torales	Gerente de Sucursal 4 Mojones
Enrique Tapia	Gerente de Sucursal Aviadores
Luis Villalba	Gerente de Sucursal Luque

\*Nacionalidad Argentina; todos los demás, paraguayos.



# ORGANIGRAMA FUNCIONAL



# COMITÉS AUXILIARES

Para complementar la labor de los directivos y gerentes son conformados Comités que tienen objetivos adicionales a las áreas, permitiendo el desarrollo de proyectos de innovación, que incluyen temas comerciales, sociales y ambientales.

Tipo de Comité	Objetivo
<b>Seguridad en el trabajo</b>	Promover iniciativas, coordinar proyectos y acciones que ayuden a reducir los riesgos laborales y mejoren o corrijan las condiciones de trabajo. Este comité se subdivide en Seguridad Vial, Seguridad Laboral en Exteriores y Seguridad Laboral en interiores.
<b>Seguridad Laboral en Exteriores</b>	Se encarga de velar por la seguridad de colaboradores y personal tercerizado que es contratado para tareas de trabajo en alturas y colocaciones en exteriores.
<b>Seguridad Laboral en Interiores</b>	Se encarga de cuidar la seguridad interna de cada colaborador, la infraestructura y los mecanismos de seguridad de cada local.
<b>Seguridad Vial</b>	Promover acciones para mejorar la seguridad vial de los colaboradores e implementar buenas prácticas de seguridad vial.
<b>Salud Preventiva</b>	Fomentar y gestionar el bienestar integral de los colaboradores, propiciando una mejor calidad de vida.
<b>Medio Ambiente</b>	Coordinar esfuerzos para realizar los proyectos y acciones que ayuden a reducir el impacto medio ambiental que generan las actividades de la empresa.
<b>Entrenamiento y Capacitaciones</b>	Releva posibles temas y realiza capacitaciones de acuerdo a la necesidad y siguiendo los lineamientos estratégicos.
<b>Ética</b>	Promueve buenas prácticas laborales e interviene en decisiones complejas que impliquen dilemas éticos.

## COMPROMISOS ÉTICOS CÓDIGO DE ÉTICA

Además del Reglamento Interno de Trabajo, desde el 2019 contamos con un Código de Ética, que involucra a los Directores y Colaboradores, así como establece directrices con los distintos grupos de interés con los que interactúa la empresa.

En su elaboración participaron representantes de todos los niveles, lo que facilitó su aprobación por parte del Directorio.

Las reuniones del comité se ejecutan según necesidad donde se recibe y analizan las denuncias de los colaboradores. Las sanciones definidas por el comité se establecen de acuerdo a la gravedad del hecho, que pueden ir desde amonestaciones y/o desvinculaciones.





## CONTENIDOS DESTACADOS

- Responsabilidad personal.
- Relaciones con el cliente.
- Conflicto de intereses.
- Conductas en cuestiones de dinero.
- Confidencialidad y uso de la información oficial.
- Uso de la propiedad y los servicios.
- El entorno de trabajo.

## CANALES PARA DENUNCIAS

- Formulario de Denuncia, en donde se detalla el hecho y se describe la situación; este proceso garantiza la protección al denunciante. Las denuncias son presentadas en el Departamento de Desarrollo de Personas en formato físico.
- Línea telefónica, directa con la Gerencia de Desarrollo de Personas: 0984 438 381.
- Nota dirigida al Directorio.
- Contacto directo con los Gerentes de Sucursales.

***Este año, no se registró ninguna denuncia.***

## PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

*Todas las personas que se incorporan a la empresa reciben la formación respectiva en los contenidos del Código de Ética; además, se entrega una copia impresa del código que llevan como parte de su kit de bienvenida, que además incluye el Reglamento Interno, la Política de No Discriminación, el Manual de Funciones, el Manual de conducta, el Protocolo de Prevención COVID-19, entre otras informaciones relativas al cargo.*

Empresa



Certificada

# LA SOSTENIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS



# VISIÓN Y ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



Con base en el análisis realizado, en el marco de la Mentoría sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, fueron identificados los impactos de Copipunto, por tipo de riesgo. Posteriormente, se establecieron los temas críticos o materiales, que deben ser tratados.

De la misma forma, se identificaron las Metas de los ODS que se relacionan con los impactos y temas materiales.

El proyecto “Juntos por el Desarrollo Sostenible en el Paraguay” estuvo coordinado por el Pacto Global Red Paraguay y la Fundación CIRD, con el financiamiento de la Unión Europea. Para acceder a la mentoría se seleccionó a empresas locales, entre las que quedó Copipunto, Industrias Trociuk, El Mejor y Vidriocar.

## RIESGOS E IMPACTOS

TIPO DE RIESGOS	IMPACTOS
<b>Operacionales</b>	1- Pérdida de Recursos humanos: Diseñadores, creativos e informáticos.
	2- Tecnología informática: Software de diseño actualizado, equipos, impresoras y fotocopiadoras.
	3- Insumos de base: Tinta, tóner, papeles.
	4- Acceso a internet y energía eléctrica.
<b>Mercado</b>	1- Competencia.
<b>Sociales</b>	1- Nuevas generaciones.
	2- Liderazgo.
	3- Compromiso.
	4- Formación superior.
	5- Inclusión laboral de Pcd.
<b>Ambientales</b>	1- Uso de TICs.
	2- Uso de insumos para el servicio.
	3- Uso de plásticos.
	4- Emisiones, residuos y descarte.
<b>Reputacionales</b>	1- Credibilidad.
	2- Confianza.
	3- Coherencia con Declaraciones institucionales.

## ASPECTOS O TEMAS MATERIALES

Con base en el análisis realizado de los riesgos y el listado de impactos, se procedió a priorizar aquellos que fueron considerados por su nivel de importancia y efecto, en el corto y mediano plazo, para el funcionamiento de la empresa. De esta forma, quedaron los siguientes:

- 1- Personal calificado.
- 2- Equipos, tecnología de punta.
- 3- Insumos de alta calidad y bajo impacto ambiental.
- 4- Conectividad.
- 5- Reputación.

# ODS EN LA GESTIÓN

Para determinar los ODS vinculados con Copipunto, en primer lugar, se revisaron las declaraciones institucionales de Visión, Misión y Propósito. Luego, se incluyeron los temas materiales.

Declaración / Materialidad	ODS / Meta	Acción
<p><b>Propósito:</b> Imprimimos juntos un mundo mejor.</p> <p><b>Visión:</b> El mundo nos reconoce por imprimir soluciones innovadoras y cambios de gran impacto.</p> <p><b>Misión:</b> Ofrecemos impresiones y soluciones prácticas e innovadoras, para que puedas comunicar momentos, ideas y proyectos que generen cambios que impacten positivamente al mundo.</p>	<p><b>12.</b> Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles.</p> <p><b>12.4.</b> Lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.</p> <p><b>12.5.</b> Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Proyecto con Soluciones Ecológicas y Las Tacuaras / Nutrihuevos.</li> <li>● Proyecto Eco-vuelto.</li> <li>● Programa interno de gestión de Residuos.</li> <li>● Bolsas 100% compostables y biodegradables.</li> <li>● Vasos de papel.</li> <li>● Gestión responsable de Tóner y cúter con proveedores.</li> </ul>
<p><b>Tm1</b>- Personal calificado.</p>	<p><b>4.4</b> De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.</p> <p><b>8.5</b> De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Centro de Formación y Entrenamiento.</li> <li>● Convenio con UCOM.</li> <li>● Convenio con Universidad Columbia.</li> <li>● Proyecto con Fundación Sarakí.</li> <li>● Programa de Formación y Pasantías con estudiantes del Colegio Técnico San Francisco.</li> </ul>
<p><b>Tm2</b> - Equipos, tecnología de punta.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inversiones continuas en renovación de equipos.</li> </ul>
<p><b>Tm3</b> - Insumos de alta calidad y bajo impacto ambiental.</p>	<p><b>12.5*</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aplicación de criterios de sostenibilidad en las adquisiciones.</li> <li>● Compra de papeles con Papeleras ecoambientales certificadas.</li> <li>● Compra de Luces Led.</li> <li>● Colocación de timer en sucursales.</li> <li>● Máquinas con tinta látex.</li> </ul>





<b>Tm4</b> - Conectividad.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificación de proveedores de internet. Personal, Tigo.</li> </ul>
<b>Tm5</b> - Reputación.	<b>16.6</b> Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Ética.</li> <li>• Certificación Empresa B.</li> <li>• Memoria de Sostenibilidad.</li> </ul>
<b>TEMAS TRANSVERSALES</b>	<p><b>16.5</b> Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.</p> <p><b>16.7</b> Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.</p> <p><b>17.17</b> Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Ética.</li> <li>• Comités Auxiliares.</li> <li>• Alianzas interinstitucionales.</li> </ul>

## RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS

### GRUPO DE INTERÉS INTERNOS

- Directores
- Colaboradores

### GRUPO DE INTERÉS EXTERNOS

- Proveedores
- Clientes
- Comunidad
- Entes reguladores y otros organismos públicos

La empresa se vincula con los mismos a través de distintas actividades, que van desde las formales hasta las de carácter social (reuniones, desayunos, capacitaciones, visitas, charlas y entrevistas); también, se dispone de varios canales para recibir comentarios e inquietudes:

- Para el grupo de interés interno: línea corporativa habilitada y correos electrónicos.
- Para los grupos de interés externos: línea corporativa, correo electrónico y mensajes directos en las redes sociales de Copipunto.

Todas las informaciones y comunicaciones institucionales para sus distintos grupos de interés son difundidas a través de boletines informativos, correos y publicaciones en redes sociales.

Empresa



Certificada

# DESEMPEÑO SOCIAL

# PÚBLICO INTERNO

## PERFIL DEL EQUIPO

Al cierre del 2021, el equipo de colaboradores llegaba a 149 personas, todas con contrato permanente. La mayor parte corresponde a jóvenes, entre 18 y 30 años, representando más del 60% del plantel.

En esta línea, la empresa se distingue en su sector por ofrecer oportunidades de primer empleo a jóvenes que recién se insertan al mercado laboral, así como pasantías a estudiantes que aun cursan el bachillerato. Todo esto es abordado desde su Programa de Formación y Pasantías.

Este 2021, a través de dicho Programa, se inició un proyecto con la comunidad del Barrio San Francisco (Zaballos Cué), para entrenar a los jóvenes en diferentes oficios para su primera experiencia laboral. Como resultado del mismo, 3 jóvenes fueron convocados para procesos de selección interna, quedando incorporados todos ellos.

A final del año, otros 10 jóvenes iniciaron sus pasantías, de los cuales fueron proyectados 7 puestos para incorporación en el 2022.

### TOTAL: 149

MUJERES	HOMBRES
55 (37%)	94 (63%)
en cargos de liderazgo* (total de cargos: 20)	
10 (50%)	10 (50%)
menos de 29 años (96 colaboradores/64%)	
33	63
de 30 a 49 años	
20	27
más de 50 años	
2	4
TOTAL COLABORADORES NUEVOS: 39	
14	25
INCLUSIÓN LABORAL	
	
TOTAL 2	
HOMBRES: 2	MUJERES: 0

\* Incluye a los 4 directores (2 mujeres, 2 hombres)

### DISTRIBUCIÓN POR SEDES

ÁREA	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Casa Matriz	6	15	21
Sucursal 4 Mojones	11	22	33
Sucursal Aviadores	4	10	14
Sucursal Centro	7	7	14
Sucursal Encarnación	3	4	7
Sucursal España	6	4	10
Sucursal Luque	1	7	8
Sucursal Mariano	2	6	8
Sucursal San Lorenzo	7	3	10
Sucursal Villa Morra	8	16	24
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>94</b>	<b>149</b>

## ÍNDICE DE ROTACIÓN

En lo que a rotación se refiere, en el año 2021 el indicador fue de 17.6 % (31,8 % en 2020); de los cuales el 65% corresponde a renuncias voluntarias, 6% corresponde a mujeres y 4% corresponde a varones. Respecto al crecimiento del plantel, el mismo creció en 3,3%, respecto al año anterior. Además, un colaborador se acogió al beneficio de la jubilación.

MOTIVOS	
Renuncia	17
Desvinculación justificada	0
Desvinculación injustificada	8
Jubilación	1
<b>Total</b>	<b>26</b>

NIVEL JERARQUICO	REF. FRENTE A SALARIO MÍNIMO
OPERATIVO	1 a 1 1/2
AUXILIAR	1 1/2 a 2 1/2
ANALISTA	2 a 3
JEFE	3 a 4
GERENTE	4 a 6
DIRECTOR	10

Salario mínimo: 2.192.839 Gs

Desde el: 01/07/2019

Nivel	Salario Promedio	Ratio frente a Salario Mínimo	Salario Más Alto del Nivel	Ratio frente a Salario Mínimo	Salario Más Bajo del Nivel	Ratio frente a Salario Mínimo
Director						
Gerente	4.933.505 Gs	2,25	9.500.000 Gs	4,33	2.500.000 Gs	1,14
Jefe	3.034.375 Gs	1,38	4.000.000 Gs	1,82	2.350.000 Gs	1,07
Analista	2.533.659 Gs	1,16	4.000.000 Gs	1,82	2.192.839 Gs	1,
Auxiliar	2.458.365 Gs	1,12	4.850.000 Gs	2,21	2.192.839 Gs	1,
Operativo	2.929.657 Gs	1,34	4.000.000 Gs	1,82	2.192.839 Gs	1,

# SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

## SEGURIDAD LABORAL

La empresa dispone de un Comité de Seguridad Laboral, el cual organizó su funcionamiento en 3 dimensiones:

**Seguridad Laboral en Interiores:** incluye la infraestructura y los mecanismos de seguridad de cada local.

**Seguridad Laboral en Exteriores:** incluye al personal tercerizado, que es contratado para tareas de trabajo en alturas y colocación de cartelías.

**Seguridad Vial:** con el foco principal en la concienciación en prácticas seguras de conducción.

Como resultado de las acciones implementadas en las tres dimensiones, se registraron sólo dos accidentes "in itinere", en el año (en moto).

## SALUD OCUPACIONAL

**18hs.  
promedio,  
de formación  
en Salud por  
colaborador"**

El Comité de Salud tuvo un rol clave para la aplicación efectiva del protocolo sanitario, establecido por el Ministerio de Salud, para atender la contingencia del Covid 19. Esto, incluyó la coordinación de las capacitaciones relacionadas y el agendamiento para las consultas médicas de los colaboradores con profesionales del Área de Salud Preventiva de IPS y en la Clínica CEPEP.

A partir del mismo se conformó el Equipo de Prevención COVID-19, integrado por 1 representante de cada departamento, con la función específica de velar por el cumplimiento de las medidas preventivas, la disponibilidad de los insumos de higiene (para evitar el desabastecimiento) y desinfección continua de las oficinas y sucursales. Esto permitió que se contengan los contagios masivos, llegando a sólo 26 casos positivos en el año, ninguno con complicaciones. A diciembre, el 78% de los colaboradores recibió la primera dosis.

## JORNADA DE VACUNACIÓN "INFLUENZA"

En el segundo semestre del año se inició una campaña de vacunación contra la Influenza, en complemento a la del Covid 19, logrando que el 43,5% de los colaboradores de la casa central y 4 sucursales, se inmunice.

## CHARLA SOBRE SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA

En alianza con la clínica CEPEP, se llevó a cabo la charla de salud sexual y reproductiva, en el que se compartió información sobre derechos de la salud reproductiva y métodos anticonceptivos.

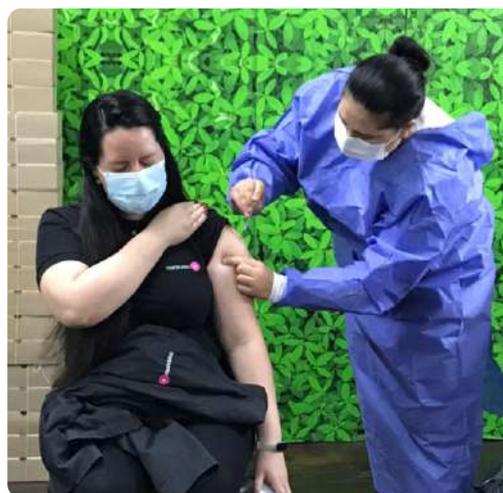
## CAMPAÑAS “OCTUBRE ROSA” Y “NOVIEMBRE AZUL”

El Comité de Salud se encargó de organizar estas campañas. En el caso del Octubre Rosa, los integrantes del Comité contactaron con cada colaboradora, ofreciendo facilidades de consultas y recordando sobre las licencias con las que cuentan cada año. Además, cada una recibió un presente alusivo a la lucha contra el cáncer de mamas y un instructivo sobre el autoexamen. Así también, con el apoyo de CEPEP, se realizó la charla sobre cáncer de mama y cuidados femeninos.

Respecto al “Noviembre Azul” se trabajó en la concientización de los colaboradores hombres sobre la importancia de cuidarse y animar a sus familiares a realizarse los controles, para prevenir el cáncer de próstata. Esta actividad también contó con la cooperación de profesionales del CEPEP.



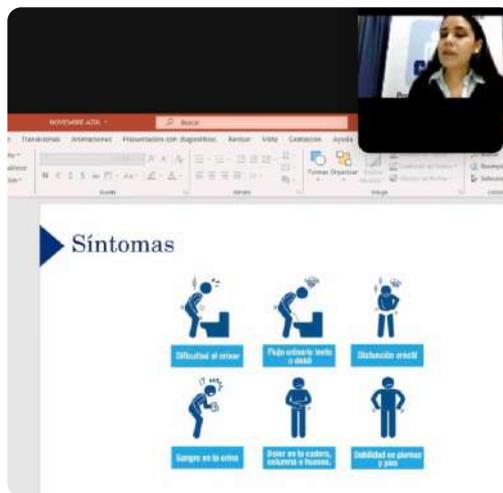
Charla de Salud Sexual y Reproductiva con la Clínica de la Familia (CEPEP).



Jornada de Vacunación contra la Influenza.

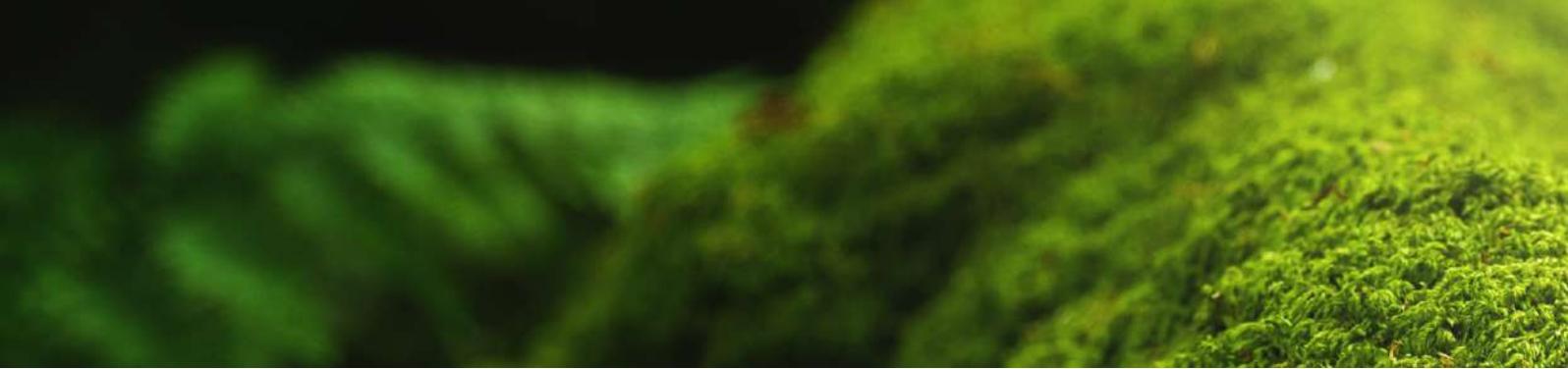


Octubre Rosa. Creamos conciencia sobre la prevención del cáncer de mamas.



Noviembre Azul: Concientizamos sobre la prevención y atención de los signos y síntomas del cáncer de próstata





## BANCO DE SANGRE COPIPUNTO

Como parte del Programa de Sangre, se organizaron este año dos jornadas de donación voluntaria de sangre, en las sucursales de Villa Morra y Aviadores, logrando la participación de 17 colaboradores donantes, que corresponden a 51 potenciales vidas salvadas.

Previamente, el Dr. Miguel Orué, del Centro Productor de Sangre y Terapia Celular del IPS, brindó una charla informativa acerca de los mitos y beneficios de la donación de sangre.

El Banco de Sangre que se va conformando está disponible para colaboradores y familiares de primer grado de los donantes.

## INCLUSIÓN LABORAL

Uno de los resultados de la alianza establecida con la Fundación Saraki (2019), fue la incorporación de Copipunto a la Red de Empresas Inclusivas, denominada SUMMA, y, al Programa Sape´a 2.0, que impulsa en conjunto con la organización Plan Internacional, para desarrollar capacitaciones y espacios de pasantías laborales de Personas con Discapacidad (PcD), con los respectivos procesos de selección e incorporación.

Esto posibilitó la incorporación de personas con discapacidad (PcD) al Programa de Pasantías, quedando 1 integrada al equipo permanente y 2 con pasantías remuneradas.

### POLÍTICA DE NO DISCRIMINACIÓN

Esta Política establece que la empresa no permitirá la discriminación a personas con discapacidad y que durante los procesos de selección se establecerán igualdad de oportunidades entre todos los postulantes, asegurando de este modo la inclusión social y laboral justa.

## DESAFÍO INCLUSIVO

Por el Día Internacional del Lenguaje de Señas, Copipunto se sumó al “Desafío Inclusivo”, impulsado por la Fundación Saraki. Cada Sucursal fue invitada a dejar un mensaje en lenguaje de señas.

Así también, se busca que los colaboradores vayan aprendiendo acerca de la inclusión de personas con discapacidad, para que la incorporación de las mismas sea realmente efectiva.

En el 2021 se realizaron un total de 7 horas de capacitación inclusiva, alcanzando a 65 colaboradores. Además, se llevó a cabo la campaña “Martes que SUMMA”, para visibilizar la inclusión y fomentar la colaboración hacia los miembros del equipo que cuenta con una discapacidad.

## ACTITUD Y LENGUAJE INCLUSIVO

Los colaboradores de las sucursales de Luque, 4 Mojones y España recibieron capacitaciones sobre actitudes y lenguaje inclusivo, con el apoyo de Fundación Teletón.

## FORMACIÓN CONTINUA

### DATOS DESTACADOS

**159** Jornadas de capacitación.

**913hs.** Jornadas de capacitación.

**6hs.** Promedio por colaborador/a

Las consultas participativas en los niveles gerenciales permiten detectar las necesidades de formación del equipo y elaborar una propuesta de Plan de Capacitación Anual, que es aprobado por los Directores.

Este plan incorpora, además, otros temas que hacen al desarrollo personal de los colaboradores, como salud, educación, cuidado ambiental, por citar algunos. En general, los costos de estas actividades son cubiertos por la empresa o bien es compartido, dependiendo del caso.

TEMA	CANTIDAD DE PARTICIPANTES
Metas Personales relacionadas a los objetivos organizacionales	74
Producción, Productos y Servicios.	35
Líderes Magenta	19
Salud Financiera	82

Igualmente, se financió formaciones externas a 21 colaboradores; 15 con carreras universitarias de grado, 4 diplomados y 2 cursos de informática.

## ENCUESTA DE CLIMA Y SATISFACCIÓN LABORAL



copipunto

¿Por qué es importante completar la encuesta?

- Proporciona y canaliza en tiempo real todas las opiniones de los colaboradores por medio de una herramienta oficial.
- Mide el nivel de satisfacción y motivación de los colaboradores.
- Permite un conocimiento interno de la empresa visibilizando las fortalezas y áreas de mejora.
- En base a los resultados se puede elaborar planes de acción interna para mejorar los resultados.

Tu opinión es importante para seguir mejorando!!

#TuOpiniónCuenta!

#Copipunto #MejoramosJuntos!

Para conocer la percepción de los colaboradores y así mejorar el ambiente de trabajo, anualmente se aplica una encuesta de clima y satisfacción laboral. Para su llenado, son convocados todos los colaboradores, de tal forma a tener la mayor cantidad de insumos.

Se insta a los responsables de áreas y sucursales a estimular a sus colaboradores a participar del relevamiento para que las decisiones resultantes reflejen las expectativas y necesidades de la mayoría.

Este año se tuvo un 87% de participación.



## BENEFICIOS VOLUNTARIOS

En la empresa el aporte de los colaboradores es valorado con otros beneficios que trascienden los obligados por la ley; son el resultado de una decisión voluntaria y apuntan a mejorar la calidad de vida de todos los que la integran. A continuación, los vigentes al 2021 y la inversión realizada.

1	Regalo de cumpleaños.
2	Festejos mensuales de cumpleaños, con torta y decoración.
3	Obsequios por fechas especiales (Día del niño, de la madre, del padre, octubre rosa, noviembre azul, etc.).
4	Obsequio de bienvenida en inducción.
5	Descuentos para carreras de Grado en la Universidad Columbia y Universidad Comunera.
6	Obsequio por culminación de carrera universitaria.
7	Préstamos de Emergencia, descontado en cuotas.
8	Obsequios por antigüedad a colaboradores que cumplen 10 años en la empresa.
9	Viernes de pizza por logro de objetivos de la sucursal.
10	Canastas navideñas.
11	Tarjeta <i>gourmet</i> para los comerciales que logran sus objetivos en ventas.
12	Kit de maternidad para colaboradoras; incluye un bolso con pañales, talco, champú, colonia, jabón, biberones, toallas, aceite, toallitas húmedas, entre otras cosas básicas para el recién nacido.
13	Descuento del 25% en productos y servicios de Copipunto.
14	Seguro de vida para motoristas.

## INICIATIVAS SOCIALES INTERNAS

### HAMBURGUESEADA SOLIDARIA

Una actividad que se volvió costumbre para apoyar a los colaboradores que se encuentran con un estado delicado de salud, son las "Hamburgueseadas Solidarias". Todos los insumos provienen de los aportes voluntarios de los compañeros del afectado (incluyendo, de los directores y gerentes), así como el desarrollo mismo del evento, incluyendo la venta y compra de los tickets. Este año se realizaron 3 en total.

### HISTORIAS DE VIDA, DESTACANDO A LOS GRADUADOS

Copipunto estableció convenios con las universidades Columbia y Comunera para lograr costos especiales que permitan a sus colaboradores acceder a estudios superiores.

Elaboramos materiales audiovisuales son liderados por egresados de las carreras, que comparten sus experiencias y alientan a sus compañeros a continuar con sus estudios.

Este año, se retomó la actividad académica, que se realiza de manera híbrida.

También, a iniciativa de la Universidad Comunera se llevó adelante la actividad denominada Open House UCOM, para los colaboradores que están interesados en retomar sus estudios universitarios.



Carreras habilitadas	
Modalidad Presencial:	Modalidad virtual
Sede San Lorenzo y España	
Administración de empresas	Administración de empresas
Contaduría Pública	Contaduría Pública
Ingeniería Comercial	Ingeniería Comercial
Ingeniería en Marketing	Marketing
Turismo y Hotelería	Turismo y Hotelería

Animete y cambiá tu futuro HOY!!

## CELEBRACIÓN DE DÍAS ESPECIALES

Para estimular el buen ambiente laboral, se organizaron celebraciones en días especiales, destacándose:

- **Día de la Mujer Paraguaya:** Destacando la labor de cada mujer de Copipunto, creamos un collage con la foto de todas las colaboradoras y compartimos en las redes sociales.
- **Día del Tereré:** Con consignas internas, se motivó a los colaboradores a competir por sorteos de guampas, bombillas y porta tereré.
- **San Juan Ára:** Celebración con comidas típicas en las sucursales.
- **Día de la Amistad:** Se habilitó un espacio en el que los colaboradores tenían que realizar algunas acciones vinculadas a la fecha.
- **Día del Niño:** Los hijos de colaboradores recibieron obsequios; los más pequeños recibieron juegos de motricidad fina y, los más grandes, un combo de cine (entrada + gaseosa + pororó).
- **Día de Juventud y la Primavera:** Se adornaron las sucursales con materiales reciclados para recibir a los colaboradores y clientes.
- **Noche de reconocimientos del Programa “La puerta verde”:** Reconocimiento a los CRM y Asesores por el logro de metas. Todos recibieron de regalo una Gourmet Card. Además, los mismos participaron de una jornada de Aventura Extrema en San Bernardino.
- **Aniversario Copipunto:** En conmemoración del 43° aniversario de la empresa, se entregó a cada colaborador una caja de desayuno y se lanzó la campaña “Creciendo Juntos”, con la finalidad de dar a conocer el crecimiento personal y profesional de los colaboradores en todos estos años.
- **Cena Copipunto:** A fin de año, se hizo una pausa para reunir a todos los colaboradores para celebrar juntos los logros alcanzados durante el 2021.



Compartimos y celebramos nuestros logros con todos los compañeros en la cena de Fin de año.



Aventura Extrema en San Bernardino. Reconocimiento del Programa “La puerta verde”.

## PROVEEDORES

Para llevar adelante sus operaciones, Copipunto cuenta con una cadena de suministro compuesta por 187 proveedores, entre bienes y servicios. El 96% corresponde a prestadores locales y el 4% internacionales, principalmente para la adquisición de equipos de impresión.

TIPO DE PROVEEDOR	CANTIDAD	PAGO
LOCAL	175	11.015.712.530
INTERNACIONAL	12	1.244.336.939
TOTAL	187	12.260.049.469

Entre los criterios de selección de proveedores se encuentra la tenencia de certificaciones ambientales, además del tiempo de entrega y calidad del producto.

## CLIENTES

### CARACTERÍSTICAS

En Copipunto se forma a los colaboradores para que se conviertan en asesores de las necesidades de los clientes, para que cuenten con la mejor atención y experiencia posibles. Se apunta a brindar el soporte requerido para casos puntuales y emprendimientos corporativos.

El 43% de los clientes son personas físicas y el 57% restante son personas jurídicas.

TIPO DE CLIENTE	VOLUMEN DE FACTURACIÓN	% SOBRE EL TOTAL DE COMPRA
PERSONA FÍSICA	9.239.191.842	43 %
PERSONA JURÍDICA	12.247.300.813	57 %
TOTAL	21.486.492.655	100 %



## SERVICIOS OFRECIDOS

- **Accesorios publicitarios**  
Banner colgante, banner Roll up, backdrop, display acrílico y PVC.  
Porta afiche acrílico, Porta nombres, Tarjeteros, Pasacalles, etc.
- **Calcomanías & Etiquetas adhesivas**  
Vinílicas y de adhesivo papel, adhesivos troquelados, adhesivos imantados, etc.
- **Impresión digital y Fotocopia**  
Blanco y negro y full color, Encuadernaciones tipo libro, Anillados, Tapa dura y tapa flexible.
- **Impresión y fotocopia de planos**  
Formato ancho full color, lineales en color y monocromático.
- **Digitalización**  
Escaneo digital de documentos y planos.
- **Cartelería**  
Letras corpóreas, carteles corpóreos en acrílico y MDF, carteles en lona con estructura, etc.
- **Papelería comercial**  
Volantes, afiches, trípticos, dípticos, menú, individuales, etc.  
Rifa y adhesiones, table tents, folletos, etiquetas colgantes, etc.
- **Papelería corporativa**  
Tarjetas personales, hojas membretadas, carpetas corporativas, etc.  
Sobres bolsa y oficio, block de notas, agendas, credenciales, etc.  
Certificados, recetarios, etc.
- **Ploteados**  
Ploteados de vidriera, murales y vehículos.



- **Productos acrílicos**

Porta tereré, protectores para vehículos, caja, módulos y manicure.  
Porta llaves, bandejas personalizadas, Porta notebook, etc.  
Porta celulares.

- **Productos fotográficos**

Fotos, cuadros PVC, MDF y tela poliéster, porta retratos y álbum para fotos.  
Fotografías por metro lineal.

- **Productos editoriales**

Libros, revistas, memorias, boletines, etc.

- **Packaging**

Cajas, bolsas de papel.  
Regalos personales y corporativos.

- **Señaléticas**

Señaléticas en PVC, señaléticas para pisos, etc.

- **Servicio de diseño**

Tarjetas para eventos.  
Baby shower, nacimientos, cumpleaños, quince años, bodas, etc.  
Lanzamientos-, graduaciones, eventos varios, entradas, agradecimientos, etc.

## COBERTURA DE SERVICIOS

Los clientes pueden realizar sus pedidos en las sucursales físicas (9 en total) o a través de la tienda virtual ([www.copipunto.com](http://www.copipunto.com)) los mismos pueden solicitar el servicio de Delivery o pick up en sucursales Copipunto. Para las localidades que se encuentran más alejadas, también se cuenta con el servicio de entregas de AEX Express, lo que permite abarcar a todo el país.

### Asesoría Técnica en Accesibilidad

Copipunto ganó, este año, una postulación para recibir una Asesoría Técnica en Accesibilidad Web, para poder ofrecer servicios más accesibles a los clientes.

## PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

En los locales se cuenta con espacios destinados a exhibir y promocionar los productos de venta directa o aquellos que son procesados y desarrollados en el departamento de producción.

Además, cuenta con perfiles en las principales redes sociales:

 @copipunto\_py  @copipunto  @copipunto  @copipunto

 [www.copipunto.com](http://www.copipunto.com)

## CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y DE MARKETING RESPONSABLE

Desde Copipunto se trabaja en un marketing responsable, manteniendo sus valores y evitando todo tipo de publicidad sexista o discriminatoria que pueda afectar o dañar a las personas.

La comunicación de descuentos y promociones se realiza de acuerdo a su vigencia, y se transmiten además las bases y condiciones de los mismos, desligándose de incidir en publicidad engañosa para los clientes.

Como lo indica el propósito de la empresa: JUNTOS IMPRIMIMOS UN MUNDO MEJOR, las acciones se orientan en conseguir resultados en equilibrio entre el beneficio comercial y el beneficio social; buscando trabajar desde el compromiso hacia causas e iniciativas socio-ambientales relacionadas al negocio.

## RECLAMOS Y SUGERENCIAS

Los clientes cuentan con los siguientes canales para facilitar el contacto y diálogo:



## COMUNIDAD

### COMPROMISOS CON LA EDUCACIÓN

#### Programa de Formación y Pasantías en el Colegio Técnico San Francisco

En el 2015 Copipunto llevó a cabo el Programa Pescar, con la visión de contribuir a la formación de jóvenes y brindarles así la oportunidad de pasantías laborales y primer empleo en la empresa.

En particular, desde el 2020 se está trabajando con el Programa de Formación y Pasantías con los estudiantes del Colegio Técnico San Francisco, proporcionándoles (además de la formación) el espacio para la pasantía laboral, intermediando con otras empresas para que se sumen al programa, y así tener más lugares para que los estudiantes puedan ir a completar su experiencia práctica.

Este año se incorporaron el Grupo Luminotecnia y Gimsa S.A.

TIPO DE BACHILLERATO	EMPRESA RECEPTORA	CANTIDAD DE ALUMNOS
Técnico en Informática	Copipunto	22 Alumnos
Técnico en Electricidad	Grupo Luminotecnia	12 Alumnos
Técnico en Confección industrial	GIMSA	12 Alumnos

De los pasantes de la especialidad de Informática 9 accedieron a entrevistas y evaluaciones en Copipunto, incorporándose 3 al equipo de colaboradores, 5 egresados del Colegio Técnico San Francisco para realizar sus pasantías laborales y 4 egresados secundarios del Proyecto Pescar del Grupo Luminotecnia.



## INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

### Día B de Sistema B Paraguay

El Día B consiste en un encuentro de intercambio y aprendizaje entre las empresas B y otras interesadas en este movimiento. Como empresa B certificada, Copipunto tuvo intervenciones en dos de los paneles, dando a conocer aspectos de su gestión ambiental y de las implicancias de ser empresa B, que apunta al triple impacto: social, ambiental y económico.

El foco de esta edición estuvo puesto en los desafíos para el desarrollo sostenible de Asunción y el área Metropolitana.

### Feria de Emprendedores del Barrio San Francisco

Este año, se llevó a cabo la primera Feria de la Red de Emprendedores del Barrio San Francisco, que se desarrolló en la Costanera de Asunción. Copipunto dijo presente y acompañó la iniciativa con la elaboración de un kit feriante que incluye, un pack de tarjetas personales, etiquetas para los productos y sus carteles publicitarios para cada emprendedor. Además, se donó 8 banner para la Red de Emprendedores.

La Feria consistió en la exposición y ventas de los productos de cada emprendedor que consistía en artesanías, gastronomía, ropas, etc.

### Feria de ASEPY

Esta feria estuvo organizada por la Asociación de Emprendedores del Paraguay, ASEPY, y contó con la alianza estratégica del Mariscal López Shopping, en cuya sede se desarrolló el evento.

Copipunto, como aliado de la ASEPY, acompañó la iniciativa y la gerente de Canales Alternativos, Priscila Vera, brindó una charla a los emprendedores, compartiendo los aspectos que son clave para llevar adelante con éxito un proyecto.



Día B. Lanzamiento de Línea de Agendas Yaguareté en apoyo a Somos Yaguareté.



1era Feria de Emprendedores del Barrio San Francisco de Asunción.



Feria ASEPY (Asociación de Emprendedores del Paraguay).



## PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

### #NiñasConIgualdad

La organización Plan Paraguay viene implementando anualmente el programa #NiñasConIgualdad, propiciando la participación de niñas entre 12 y 17 años, que asumen el liderazgo simbólico en instituciones públicas y privadas, con el objetivo de sensibilizar y reflexionar sobre la problemática que les aqueja a las niñas y adolescentes en Paraguay, como el criadazgo, maltrato, abuso y uniones tempranas, entre otros temas.

En 8 sucursales de Copipunto las niñas tomaron el poder, ocupando el cargo de Gerente por un día.

### Semana de la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer

En apoyo a este tema, buscando generar mayor consciencia, se colocaron infografías -en cada sucursal- con estadísticas de los casos de violencia contra la mujer y feminicidios.

Esto, se acompañó con una serie de acciones internas, para despertar el interés y reflexión de los colaboradores, en tanto parejas, padres, hijos, etc., de tal manera que vayan adquiriendo la información que les permita reconocer las situaciones sospechosas y actuar.

### Apoyo a Teletón

En línea con la Política de Inclusión y No Discriminación, en Copipunto, cada año se implementan acciones internas para apoyar la jornada de recaudación de la Fundación Teletón, cuyos fondos se destinan al tratamiento de los niños y jóvenes con discapacidad, que asisten a sus centros de rehabilitación.

Este año se confeccionaron blocks de notas, con hojas recicladas, que se pusieron a la venta en las sucursales. Si bien la presencia física de los clientes en los locales es aún baja, se logró el objetivo de visibilizar la causa y motivar el apoyo.

La recaudación superó el millón de guaraníes.



Campaña #NiñasConIgualdad / Toma de poder por un día de la Organización Plan Paraguay



Campaña interna con visibilidad externa desde las redes y sucursales sobre las estadísticas de violencia contra la mujer y los canales de denuncia.

Empresa



Certificada

# DESEMPEÑO AMBIENTAL



# COMPROMISO AMBIENTAL

Copipunto asume el compromiso de aportar positivamente desde sus prácticas y procesos, a reducir cualquier impacto ambiental negativo que pueda derivar de sus operaciones. Esto, considerando que el cambio climático es innegable y que sus consecuencias son cada vez más visibles y críticas.

A partir de aquí se establecen los principios de buenas prácticas ambientales, para materializar con resultados concretos esta intención.

## CONSUMO DE RECURSOS ENERGÍA Y AGUA

Este 2021 se inició el registro de consumo de energía en Kw/h, y agua, m<sup>3</sup>/h, de cada sucursal (antes, por monto abonado mensualmente). Este cambio obedece a la necesidad de medir de manera más eficiente el consumo, considerando que varios factores, como tarifa, adquisición de nuevos equipos, aumento de plantel, etc., influyen en el monto abonado, que no precisamente implican mayor o menor consumo de energía y agua.

CUADRO DE CONSUMO													
Recurso	En.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	TOTAL
Energía Kw/h	52.364	44.956	49.659	47.164	33.347	28.848	27.137	28.076	37.671	38.103	45.995	55.732	489.042
Agua m <sup>3</sup> /h	378	313	288	320	268	248	238	224	278	243	323	232	3.353

Estos registros permiten identificar los meses de mayor consumo para verificar los motivos y definir las acciones de mejora en un Plan de Acción.

## GESTIÓN

- Utilización de luces led en todas las sucursales.
- Colocación de Timer en las sucursales.
- Mantenimiento constante de los acondicionadores de aire y regulación de temperatura.
- Mediciones y plan de reducción del consumo de agua y energía.

## COMBUSTIBLE

Para sus entregas, Copipunto cuenta con vehículos livianos propios y motocicletas del personal a cargo del delivery. Además, tanto en casa central como en las sucursales, están instalados generadores de electricidad, que funcionan con diésel.

CONSUMO DE COMBUSTIBLE		
	LITROS DE NAFTA	LITROS DE DIÉSEL
<b>Motocicleta</b>	<b>1448,58</b>	<b>0</b>
<b>Auto</b>	<b>2907,32</b>	<b>2279,4</b>
<b>Generador</b>	<b>412</b>	<b>0</b>



## GESTIÓN

En el 2019 Copipunto asumió el desafío de ser una empresa “Carbono Neutral” al 2030. De esta manera, se tomarán los primeros pasos en el 2022 a través de la empresa Impactive, para medir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), derivados de las operaciones de todas las sedes, así como se realizará una capacitación interna para que cada colaboración actúe en consecuencia y sea parte activa del proceso.

## GENERACIÓN DE RESIDUOS

Si bien desde el 2020 se viene realizando el control de residuos que se generan en las oficinas administrativas y las sucursales de Copipunto, es desde el 2021 que se asumió el desafío de llevar un registro detallado de todo el año.

REGISTRO EN KILOS	
MATERIALES	2021
Pilas	13.5
Plástico	173.6
Cartón / papel	6758.6
Tóner / cartuchos*	656.4
Hojas de Cúter	143.3
Residuos electrónicos	47.8
Acrílico	1236.04
Lonas	182
MDF	130.61
PVC	41.71

## GESTIÓN

Por la índole del negocio en el que Copipunto se desenvuelve, éste conlleva la utilización de mucho papel e insumos en general, los cuales deben ser gestionados responsablemente.

Es por eso que se desarrolló un Programa interno de Gestión de Residuos, cuya finalidad es la de educar en la separación correcta de los mismos y asegurar su destino final seguro. El programa se implementa con la participación de aliados estratégicos, en función a cada tipo de residuo.

TIPO DE RESIDUO	ACTIVIDAD	ALIADO
<b>Papeles y cartones blandos.</b>	Todos los papeles aptos para el reciclaje son llevados a la planta procesadora en Villeta, para ser reciclados y ser parte de la materia prima de los maples (Planchas) de huevos.	Las Tacuaras/Nutrihuevos
<b>Plásticos &amp; cartones duros</b>	Se instalaron Ecopuntos para la clasificación de este tipo de materiales.	Soluciones Ecológicas





TIPO DE RESIDUO	ACTIVIDAD	ALIADO
<b>Restos de Tóner</b>	La empresa se encarga de la destrucción, incineración y/o destino adecuado.	Tayi Ambiental (empresa habilitada por el MADES).
<b>Hojas de Cúter</b>		
<b>Lonas, PVC y MDF</b>	Los residuos son reutilizados para nuevos productos, que son elaborados por los jóvenes, que aprenden un oficio para su posterior reinserción social.	Japo (empresa paraguaya que trabaja con los reclusos del Pabellón Esperanza de la Penitenciaría de Tacumbú).

## INICIATIVAS AMBIENTALES EN CURSO ECOPUNTOS

Se instalaron dos EcoPuntos, con la participación de la Empresa B: Soluciones Ecológicas; uno ubicado en la sucursal de Villa Morra y otro frente a la sucursal de Aviadores (ambos en Asunción). Para el conocimiento y adopción adecuada de este servicio, se llevaron a cabo visitas a los pobladores de la zona para comunicar que están disponibles para toda la comunidad, y la importancia de su contribución mediante la separación adecuada de los residuos en sus domicilios.

De forma mensual, se mide todo lo recolectado por sucursal, arrojando un reporte anual del impacto ambiental de estos EcoPuntos durante el 2021.



## ECOVUELTOS

El Programa de los Ecovuelos, nace con la finalidad de brindar una alternativa diferente al vuelto, solucionando además la problemática en caja de la falta de sencillo para el vuelto. Todos los cajeros de Copipunto están entrenados para ofrecer opcionalmente semillas de árboles nativos u hortalizas, en lugar de monedas por valor de Gs. 500 y 1.000.

Cada sobre lleva en su interior las semillas seleccionadas y las instrucciones de siembra y cuidados a considerar.

El cliente que colabora con sus monedas, lo deposita directamente en las alcancías ubicadas en cada sucursal. Los aportes resultantes de las alcancías son destinados a otras iniciativas ambientales o sociales.

## LOS PROYECTOS APOYADOS CON LOS ECOVUELTOS

ORGANIZACIÓN	OBJETIVO	PERIODO	SEMILLAS ENTREGADAS	BENEFICIARIOS	APORTE EN GS.
<b>Fundación Natán</b>	Mejorar las condiciones productivas de la miel Yatei, de la comunidad indígena Mbokaja'i de la etnia Mbya Guaraní, ubicada en Caaguazú.	Enero a agosto 2020	Tajy amarillo, Jacarandá y Yerba Mate.	Comunidad Indígena Mbokaja'i.	Gs.7.000.000
<b>Asociación Santa Lucía</b>	Elaborar Kit didácticos para niños y adolescentes con ceguera y baja visión.	Setiembre a febrero 2020	Tajy Rosado, Yvyra Pyta y Kurupa'yra.	Alumnos y alumnas de la escuela de la Asociación Santa Lucía, denominada Centro de Recursos para la Inclusión Educativa de Niños/as y Jóvenes con Discapacidad Visual "Santa Lucía"	Gs.7.000.000
<b>Mapa – Primer laboratorio de creatividad 100% virtual del Paraguay. - Transformación Paraguay.</b>	Facilitar "kit de" creatividad" para niños de 7 a 10 años de edad.	Marzo a noviembre 2021	Tajy rosado, Lluvia de orquídeas, Tomate y Lechuga.	Niños y niñas de las comunidades de Remansito, Villeta, Asunción, Área Metropolitana y Villarrica."	Gs.7.060.000
<b>Red de Emprendedores del Barrio San Francisco.</b>	Contribuir al equipamiento y mejora de la comunicación de sus productos, a fin de organizar ferias y generar un canal de ventas interesante para la red.	Diciembre 2021 a mayo 2022	Tajy rosado, Lluvia de orquídeas, Tomate y Lechuga.	Emprendedores de la Red del Barrio San Francisco.	Campaña en curso.





## CAMPAÑA JULIO SIN PLÁSTICO

La empresa se sumó a esta iniciativa, impulsada por Paraguay Sin Basura. En apoyo a la misma, se produjeron comunicaciones alusivas al tema y se participó de la Ecoferia, que tuvo como objetivo dar visibilidad a las Empresas B y a las acciones Eco Friendly que cada una implementa, para disminuir el plástico de un solo uso.

Desde Copipunto presentamos nuestros productos con packaging reutilizables y nuestras bolsas 100% biodegradables y compostables.



Cambiamos nuestras bolsas plásticas por bolsas biodegradables.



Cambiamos los vasitos de plásticos por vasos de papel e incentivamos el uso del hoppelé.

Empresa



Certificada

# DESEMPEÑO ECONÓMICO

# DESEMPEÑO ECONÓMICO

## VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

En el 2021, las actividades comerciales de Copipunto generaron un valor económico (VEG) de Gs. 21.486.492.655, lo que representó 133.6% en comparación al periodo anterior. Las mayores ventas se dieron en el segmento impresiones digitales seguida por las impresiones de plotter.

FACTURACIÓN EN Gs.	
Impresión Digital	12.502.269.555
Plotter	2.027.405.737
Formato Ancho planos	1.732.585.069
Venta de acciones	1.172.150.000
Fotocopias	881.688.207
Terminaciones	746.614.727
Plastificados	623.030.808
Encuadernaciones	617.794.201
144 Servicios de diseño	449.038.713
Productos en acrílico	285.155.366
Otros servicios	448.760.272
<b>Total</b>	<b>21.486.492.655</b>

Con relación al valor económico distribuido (VED), el mismo fue de Gs. 18.051.078.983; todas las partidas se redujeron en comparación al 2020, tal como se puede notar en el siguiente cuadro.

VALOR	AÑO 2021
Costo materiales e impresión	-6.857.095.287
Salarios y compensaciones.	-6.542.667.813
Gastos Administrativos	-2.919.362.161
Gastos de Mantenimiento	-53.863.489
Honorarios , RPS	-906.591.477
Costo venta a de acciones	-410.000.000
Impuestos.	-345.625.411
Inversiones en RSE (incluye donaciones).	-15.873.345
<b>Total Activo.</b>	<b>24.048.849.689</b>
<b>Total Pasivo.</b>	<b>3.547.959.690</b>
<b>Patrimonio neto.</b>	<b>20.500.889.999</b>
<b>Total VED</b>	<b>18.051.078.983</b>

\*Valores en Gs.

Como agentes de retención, el valor económico retenido del año fue de **Gs. 389.981.730**. Finalmente, la utilidad operativa del año alcanzó **Gs. 2.813.009.958**

UTILIDAD OPERATIVA (Gs.)
<b>Año 2021</b>
2.813.009.958

La utilidad operativa del año 2021 aumentó en 30%, con respecto al año 2019. La ganancia bruta se vio mejorada debido a que las actividades comerciales mejoraron luego de los picos altos de la pandemia por COVID-19.

### RATIO SALARIAL

Todos los colaboradores de la empresa, independientemente a su sexo, tienen iguales oportunidades de acceso al empleo, a recibir los beneficios establecidos en la ley y los demás otorgados por la empresa, así como a participar de las actividades de formación impulsadas.

Los salarios se determinan por tipo de función, siguiendo la reglamentación del Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS), teniendo como parámetro el mínimo establecido.

NIVEL JERÁRQUICO	REF. FRENTE A SALARIO MÍNIMO
Operativo	1 a 1 1/2
Auxiliar	1 ½ a 2 ½
Analista	2 a 3
Jefe	3 a 4
Gerente	4 a 6
Director	10

Equivale a la cantidad de veces el salario mínimo legal.

## CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN LABORAL

CONCEPTO	2021
Salarios.	5.189.755.364
Cargas sociales (IPS aporte patronal, aguinaldo, bonificación familiar).	1.297.733.481
Indemnizaciones.	55.178.968
<b>Total</b>	<b>6.542.667.813</b>

## PROPORCIÓN DE ALTOS EJECUTIVOS CONTRATADOS DE LA COMUNIDAD LOCAL

El 100% de los miembros del directorio vive en el país y asiste a las oficinas, con sede en Asunción. De la misma forma que el 100% de los responsables de las sucursales, son de la comunidad donde desarrollan sus actividades.





## **METAS PARA EL 2022**

### **COMERCIALES**

- ✓ Recuperar el 100% del nivel de ventas del 2019.
- ✓ Alcanzar los KPI de marketing, enfocados en la experiencia del cliente.

### **SOCIALES**

- ✓ Obtener la recertificación de Empresa B.
- ✓ Consolidar la cooperación con el Barrio San Francisco, en particular con los estudiantes de último año del Colegio.
- ✓ Impulsar el desarrollo de los comités B (ambiental, salud, seguridad, innovación, capacitación, voluntariado, eventos).
- ✓ Aumentar en 15% los colaboradores con formación universitaria.

### **AMBIENTALES**

- ✓ Lograr la medición de huella de CO2, camino a la “carbono neutralidad”.



ÍNDICE DE INDICADORES GRI ESTÁNDAR 2016 - para el nivel "de conformidad esencial"		
ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	Nº DE PÁG. O COMENTARIO
<b>GRI 102: CONTENIDOS GENERALES</b>		
1. Perfil de la organización	Contenido 102-1 Nombre de la organización. Contenido 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios. Contenido 102-3 Ubicación de la sede. Contenido 102-4 Ubicación de las operaciones. Contenido 102-5 Propiedad y forma jurídica. Contenido 102-6 Mercados servidos. Contenido 102-7 Tamaño de la organización. Contenido 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores. Contenido 102-9 Cadena de suministro. Contenido 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro. Contenido 102-11 Principio o enfoque de precaución. Contenido 102-12 Iniciativas externas. Contenido 102-13 Afiliación a asociaciones. Contenido 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	1 - 5  28 - 29  6 9  19 18 - 39  n/a  34 6  1
2. Estrategia	Contenido 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	14
3. Ética e integridad	Contenido 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta. Contenido 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	8 3
4. Gobernanza	Contenido 102-18 Estructura de gobernanza.	8-13
5. Participación de los grupos de interés	Contenido 102-40 Lista de grupos de interés. Contenido 102-41 Acuerdos de negociación colectiva. Contenido 102-42 Identificación y selección de grupos de interés. Contenido 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés. Contenido 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados.	17
6. Prácticas para la elaboración de informes	Contenido 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados. Contenido 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema. Contenido 102-47 Lista de temas materiales. Contenido 102-48 Reexpresión de la información. Contenido 102-49 Cambios en la elaboración de informes. Contenido 102-50 Periodo objeto del informe. Contenido 102-51 Fecha del último informe. Contenido 102-52 Ciclo de elaboración de informes. Contenido 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe. Contenido 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI.	42  14-17  15 N/A N/A  2021 N/A Anuales Ficha técnica.  Ficha técnica.



	Contenido 102-55 Índice de contenidos GRI. Contenido 102-56 Verificación externa.	44 Autoposicionamiento
<b>GRI 200: ECONÓMICOS</b>		
GRI 201- Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido. 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y Oportunidades, derivados del cambio climático. 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación. 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	41
GRI 202-Presencia en el mercado	202- 1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local. 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	40-42
GRI 203-Impactos Económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados. 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	40-42
GRI 204-Prácticas de Adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	18-32
GRI 205- Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción. 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción. 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	8-13
GRI 206- Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	Sin casos.
<b>GRI 300: AMBIENTALES</b>		
GRI 301- Materiales	301-2 Insumos reciclados utilizados. 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	34-39
GRI 302- Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización. 302-2 Consumo energético fuera de la organización. 302-3 Intensidad energética. 302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	
GRI 303-Agua	303-1 Extracción de agua por fuentes. 303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua. 303-3 Agua reciclada y reutilizada.	
GRI 304- Biodiversidad	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas. 304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad. 304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	



	304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	
GRI 305 -Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1). 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2). 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3). 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI. 305-5 Reducción de las emisiones de GEI. 305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO). 305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.	
GRI 306 - Efluentes y Residuos	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino. 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación. 306-3 Derrames significativos. 306-4 Transporte de residuos peligrosos. 306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentía.	
GRI 307 - Cumplimiento Ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	
GRI 308 - Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales. 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	
<b>GRI 400: SOCIALES</b>		
GRI 401 - Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas. 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales. 401-3 Permiso parental.	
GRI 402 - Relaciones trabajador – empresa	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios Operacionales.	
GRI 403 – Salud y Seguridad en el trabajo	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad 403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional. 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad. 403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos. 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	18-33
GRI 404 - Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado. 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	



GRI 405 - Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	
GRI 406 - No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida.	
GRI 407 - Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	
GRI 408 - Trabajo infantil	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	
GRI 409 - Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	
GRI 410 - Prácticas en materia de seguridad	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	
GRI 411 - Derechos de los pueblos indígenas	411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.	
GRI 412 - Evaluación de Derechos Humanos	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos. 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos. 412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.	
GRI 413 - Comunidades Locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo. 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales.	
GRI 414 - Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales. 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	
GRI 415 - Política Pública	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos.	
GRI 416 - Salud y Seguridad de los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios. 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	
GRI 417 - Marketing y Etiquetado	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios. 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios. 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	



GRI 418 - Privacidad del cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	
GRI 419 - Cumplimiento socioeconómico	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.	

