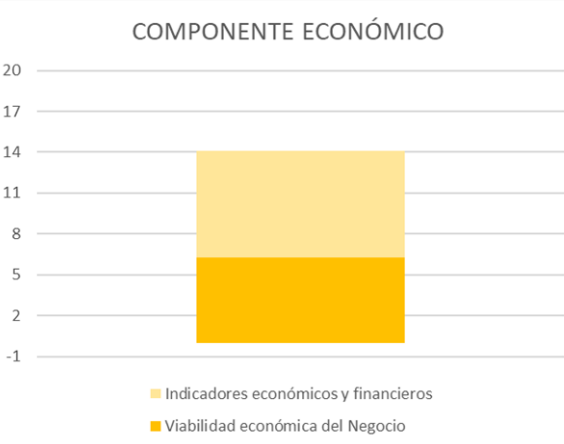
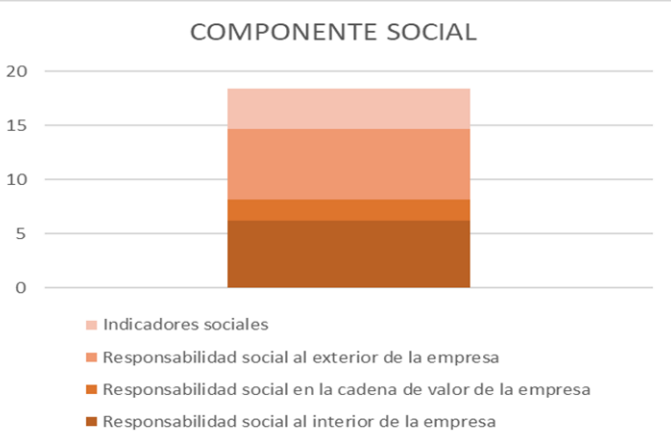
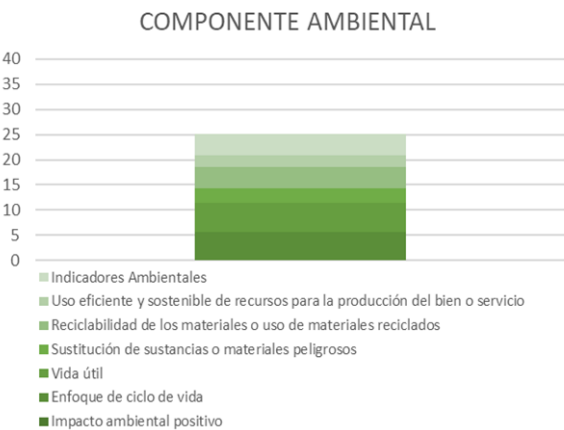
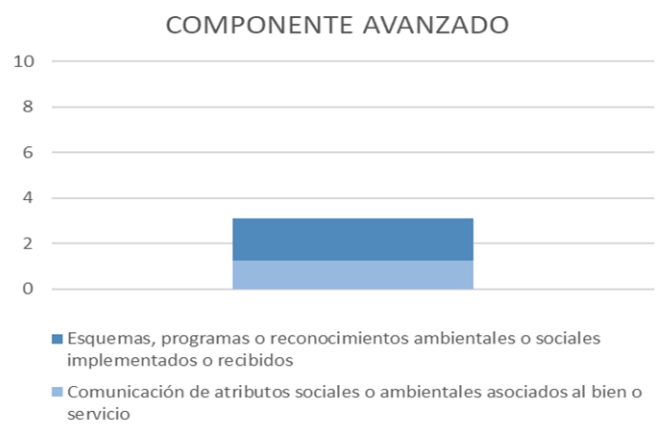


 FICHA DE SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO Ventanilla Distrital de Negocios Verdes		 SECRETARÍA DE AMBIENTE 	
Negocio Verde:	PAPERPLAST SAS	Fecha de visita:	26 de noviembre de 2025
Persona que atendió la visita:	DAICY SILVA GONZÁLEZ	Cargo:	Representante legal
RESULTADOS VISITA TÉCNICA			
En la visita técnica de verificación y seguimiento se evalúan los componentes económico, ambiental, social y avanzado. A continuación se presentan las graficas de los resultados para cada componente:			
COMPONENTE ECONÓMICO 		COMPONENTE SOCIAL 	
COMPONENTE AMBIENTAL 		COMPONENTE AVANZADO 	
Componente económico		14,11	
Componente Social		18,44	
Componente Ambiental		25,04	
Componente avanzado		3,13	
Resultado del porcentaje de cumplimiento criterios de negocio verde		60,7	
PLAN DE MEJORA			
A continuación, se presentan algunas recomendaciones para aumentar el nivel de cumplimiento de los componentes de verificación como negocio verde. Las celdas marcadas con "N/A" indican que ya se ha cumplido con la totalidad de la exigencia del criterio en mención.			
COMPONENTE	ÍTEM	ACTIVIDAD RECOMENDADA	HERRAMIENTA / COMENTARIO
COMPONENTE ECONÓMICO	Viabilidad económica del Negocio	No aplica	
		No aplica	
		3.1.3 Definir y aplicar estrategias para lograr diferenciación, sostenibilidad y crecimiento en el mercado	Se recomienda potenciar y comunicar de manera estratégica el impacto social y ambiental positivo de la empresa, incorporándolo junto con otras acciones de sostenibilidad como un valor diferenciador que impulse su competitividad, genere beneficios adicionales y fortalezca su crecimiento en el mercado.
		3.1.4 Diseñar un modelo de planeación y gestión en donde considera aspectos de sostenibilidad, costos y beneficios sociales y ambientales, flujo de materias primas y recursos naturales	Se recomienda diseñar e implementar un modelo integral de planeación y gestión que incorpore de manera explícita los aspectos de sostenibilidad, incluidos los costos y beneficios sociales y ambientales, así como el análisis del flujo de materias primas y recursos naturales, con el fin de fortalecer la toma de decisiones y subsanar la ausencia del componente social en el modelo actual.

COMPONENTE SOCIAL	Responsabilidad social al interior de la empresa	3.2.1 Formular una política establecida en definiendo esquemas de contratación con enfoque diferencial - 50 a 100% de empleados	Se recomienda fortalecer la política de generación de empleo incorporando lineamientos de contratación con enfoque diferencial, garantizando la inclusión de diversos grupos poblacionales sin dejar de considerar las capacidades, competencias y requisitos propios de cada cargo, con el fin de avanzar hacia prácticas laborales más equitativas y alineadas con los principios de sostenibilidad social.
		No aplica	
		No aplica	
		3.2.4 Implementar programas orientados a las familias de trabajadores o asociados relacionados con procesos de formación, educación ambiental, liderazgo, relaciones interpersonales, resolución de conflictos, entre otros de manera permanente	Se recomienda implementar de manera permanente programas dirigidos a las familias de los trabajadores y asociados, enfocados en formación, educación ambiental, liderazgo, relaciones interpersonales y resolución de conflictos, consolidando así un esquema integral de bienestar. Esto permitirá fortalecer las acciones ya realizadas —como actividades para los niños, apoyos a través de la caja de compensación y la promoción de hábitos saludables— y avanzar hacia un programa estructurado que genere beneficios sostenidos para toda la comunidad laboral.
	Responsabilidad social en la cadena de valor de la empresa	3.2.5 Definir y aplicar estrategias de adquisición de insumos, materias primas o servicios por parte de organizaciones de economía solidaria, comunidades vulnerables, MIPYMES, proveedores verdes en toda su cadena de valor	Se recomienda diseñar y documentar un Plan de Compras Verdes que establezca criterios claros para la selección de proveedores en toda la cadena productiva, incorporando de manera explícita los componentes ambiental y social. Este plan debe priorizar insumos, materias primas y servicios provenientes de proveedores que demuestren buenas prácticas de sostenibilidad, fomentando así una cadena de valor responsable, coherente con los principios de economía circular y con los objetivos de sostenibilidad de la empresa.
		3.2.6 Generar encadenamientos comerciales bajo políticas y estrategias con enfoque diferencial, características particulares en razón a la etapa del ciclo vital, género, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, discapacidad, jefatura familiar, conflicto armado interno, migrante, entre otra	Se recomienda fortalecer la generación de encadenamientos comerciales incorporando políticas y estrategias con enfoque diferencial. Esto implica incluir criterios que reconozcan y valoren las particularidades de grupos poblacionales como mujeres, población LGBTQ+, comunidades étnicas, personas con discapacidad, migrantes, víctimas del conflicto, jefaturas de hogar, entre otros, garantizando su inclusión en toda la cadena productiva y de valor.
		3.2.7 Realizar campañas, planes, estrategias en donde se promueven estilos de vida y prácticas de consumo consciente y en armonía con la naturaleza, economía circular	Se recomienda implementar campañas, planes y estrategias orientadas a promover estilos de vida sostenibles y prácticas de consumo responsable. Estas acciones deben fomentar la armonía con la naturaleza e impulsar principios de economía circular, incentivando a colaboradores, proveedores y clientes a adoptar hábitos que reduzcan el impacto ambiental y optimicen el uso de los recursos en toda la cadena de valor.
	Responsabilidad social al exterior de la empresa	No aplica	
		No aplica	
		3.2.10 Definir e implementar estrategias que atienden problemáticas sociales generando bienestar en el entorno natural y comunitario, respeto de los derechos humanos	Se recomienda desarrollar mecanismos y acciones dirigidas a disminuir las problemáticas sociales del territorio, promoviendo el bienestar colectivo y fortaleciendo su compromiso con la comunidad donde realiza su actividad económica. Esto puede incluir iniciativas de participación comunitaria, programas de apoyo social, alianzas con actores locales y estrategias que aporten de manera directa al mejoramiento de las condiciones sociales del entorno.

		3.2.11 Implementar un programa que contemple acciones de educación ambiental que involucra comunidad aledaña, instituciones educativas u otras	Se recomienda que la empresa diseñe, documente e implemente un programa continuo de educación ambiental que involucre a la comunidad local, instituciones educativas y otras partes interesadas. Esta acción no solo promoverá la conciencia ambiental, sino que también fortalecerá los vínculos comunitarios, mejorará la imagen corporativa y fomentará la responsabilidad compartida hacia el entorno.
		No aplica	
COMPONENTE AMBIENTAL	Impacto ambiental positivo	3.3.1 Desarrollar acciones de conservación y/o preservación en alianza con alcaldías, escuelas, comunidades locales, academia e instituciones y se realizan respetando el conocimiento y las prácticas culturales tradicionales	Se recomienda desarrollar acciones de conservación y preservación de los servicios ecosistémicos en el área de influencia directa e indirecta de la empresa, tales como estrategias de restauración y reforestación con especies nativas o endémicas, rescate de plántulas, entre otras prácticas. Estas medidas contribuirán al mantenimiento y restauración de la biodiversidad, así como a la protección de los recursos naturales, promoviendo un desarrollo sostenible y responsable en el entorno de la empresa.
		3.3.2 Realizar la medición de la huella de carbono organizacional y trazar metas para minimizar el impacto, así como generar acciones para su compensación	Se recomienda realizar la medición de la huella de carbono organizacional y con base en los resultados obtenidos, establecer de ser necesario metas concretas para reducir el impacto ambiental negativo asociado a su modelo de negocio . Esto no solo ayudará a mitigar el cambio climático, sino que también demostrará el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.
	Enfoque de ciclo de vida	No aplica	
		No aplica	
		No aplica	
	Vida útil	No aplica	
		No aplica	
		No aplica	
	Sustitución de sustancias o materiales	No aplica	
	Reciclabilidad de los materiales o uso de materiales reciclados	3.3.10 Implementar un programa para la incorporación de este tipo de materiales en el proceso de producción o prestación del servicio	Documentar el programa destinado a la integración de materiales recuperados, reciclados o reutilizados en el proceso de producción. Este programa debe detallar los procedimientos para la selección, adquisición, tratamiento y aplicación de dichos materiales, así como los objetivos de sostenibilidad y los beneficios ambientales asociados a su incorporación en la cadena de producción.
		No aplica	
	Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio	No aplica	
		3.3.13 Implementar un programa para el uso eficiente y ahorro del agua (infraestructura para almacenamiento y aprovechamiento de aguas lluvias, reutilización, sensibilización, entre otros)	Diseñar, documentar e implementar un programa integral para el uso eficiente y ahorro del agua, que incluya infraestructura para el almacenamiento y aprovechamiento de aguas lluvias, prácticas de reutilización, medidas de optimización en los procesos y estrategias de sensibilización dirigidas a trabajadores y demás actores involucrados. Este programa permitirá reducir el consumo, minimizar impactos y fortalecer el compromiso ambiental de la empresa.
		No aplica	
		No aplica	
	Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados	3.4.1 Diseñar y registrar indicadores ambientales y sociales con una relación clara entre planeación, medición y reporte de resultado y gestión	Para una gestión empresarial integral y sostenible, se recomienda incorporar explícitamente variables ambientales y sociales en la planificación anual del negocio. Esto implica medir resultados y reportar indicadores de gestión, documentando el proceso de manera estructurada para seguimiento, evaluación y mejora continua. Así, se garantiza que la gestión empresarial considere tanto los aspectos económicos como su impacto en el medio ambiente y la sociedad.

COMPONENTE AVANZADO	al bien o servicio	3.4.2 Comunicar los impactos ambientales y sociales positivos del negocio, de manera veraz, para promover y generar confianza en el mercado y el consumidor	Comunicar de manera clara, transparente y veraz los impactos ambientales y sociales positivos del negocio, utilizando canales y formatos adecuados para fortalecer la confianza del mercado y de los consumidores. Esto permitirá visibilizar los resultados obtenidos, demostrar el compromiso con la sostenibilidad y mejorar la percepción y posicionamiento de la empresa.
	Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos	3.4.3 Desarrollar prácticas relacionadas con la innovación, ciencia y tecnología, como un factor que agrega valor, diferenciación y mayor competitividad en el mercado	Desarrollar e implementar de manera permanente prácticas de innovación, ciencia y tecnología que fortalezcan la propuesta de valor del negocio, generen diferenciación y aumenten su competitividad en el mercado. Esto incluye la incorporación de nuevas metodologías, tecnologías limpias, procesos mejorados y soluciones que impulsen la eficiencia, la sostenibilidad y la adaptabilidad frente a las demandas del sector.
		3.4.4 Gestionar procesos de articulación y/o gestión interinstitucional y con pares, entidades u otros, en temas ambientales, de biodiversidad y de servicios de los ecosistemas	Se recomienda a la empresa establecer una colaboración continua con instituciones similares, entidades gubernamentales y otras organizaciones relevantes en temas ambientales, de biodiversidad y servicios de los ecosistemas. Esto facilitará el intercambio de conocimientos, recursos y mejores prácticas, promoviendo así una colaboración efectiva para abordar los desafíos ambientales de manera integral y sostenible.
		No aplica	
		3.4.6 Postularse para participar por premios o reconocimientos por su impacto social y ambiental positivo	Se recomienda postularse a premios o reconocimientos que valoren el impacto social y ambiental positivo, con el fin de visibilizar su labor en sostenibilidad, fortalecer su posicionamiento en el mercado y abrir nuevas oportunidades de crecimiento, alianzas estratégicas y acceso a recursos para el desarrollo de su modelo de negocio.
OBSERVACIONES DE LA VISITA			
PAPERPLAST SAS alcanzó un cumplimiento del 60,7% de los criterios evaluados durante la visita técnica, obteniendo un nivel satisfactorio que le permite ser avalada como Negocio Verde por la Secretaría Distrital de Ambiente. Este resultado evidencia su compromiso con la sostenibilidad; no obstante, se recomienda fortalecer su gestión mediante la implementación de programas ambientales y sociales, planes de compras verdes, acciones de eficiencia hídrica, estrategias de consumo responsable y mecanismos de bienestar comunitario, además de avanzar en políticas de contratación con enfoque diferencial y prácticas de innovación que consoliden su sostenibilidad integral.			