



PRODUCT
[sustainable public procurement | ecolabelling]



ANÁLISIS DE MERCADO EN ARGENTINA

SOBRE LA CAPACIDAD DE CUMPLIR CON CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD PARA EL SECTOR
PRODUCTOS QUÍMICOS DE LIMPIEZA

**Elaborado para el PNUMA para la Actividad Sub-regional del Cono Sur del
proyecto “Estimular la demanda y oferta de productos sostenibles a través de
las compras públicas sostenibles y el eco-etiquetado - SPPEL”.**

Autor: José Manuel Melero & María José Leiva

Elaborado para el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable de Argentina, y la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI).

CONTENIDO

ANTECEDENTES	3
OBJETIVOS DEL REPORTE.....	4
METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	5
INFORMACIÓN BASE Y ALCANCE	5
IDENTIFICAR LAS EMPRESAS Y MARCAS DE PRODUCTOS MÁS IMPORTANTES.....	5
REVISIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS CON CRITERIOS SUSTENTABLES Y EMPRESAS QUE SE DIFERENCIAN EN SUSTENTABILIDAD EN ARGENTINA.....	5
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL TALLER Y PROPUESTA DE APLICABILIDAD DE LOS CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD.....	6
<i>Importante (Disclaimer):</i>	7
REVISIÓN DE MERCADO: QUÍMICOS DE LIMPIEZA Y ASEO	8
PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN COMPRAS PÚBLICAS EN ARGENTINA	8
EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.....	9
MAPEO DE EMPRESAS Y MARCAS	9
LISTADO DE EMPRESAS/MARCAS MÁS IMPORTANTES Y CRITERIOS SUSTENTABLES	10
<i>Resultados Obtenidos</i>	10
PROPUESTA DE CRITERIOS SUSTENTABLES	16
<i>Resultados del Taller</i>	16
<i>Propuesta Final</i>	20
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	25
SECTOR QUÍMICOS DE LIMPIEZA	26
ANEXO 1: ORGANIZACIONES PARTICIPANTES EN EL TALLER	29
ORGANIZADORES.....	29
EMPRESAS Y OTRAS ENTIDADES QUE PARTICIPARON EN METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS.....	29
<i>Químicos de Limpieza</i>	29
ANEXO 2: CRITERIOS EVALUADOS EN EL TALLER	31
CRITERIOS AMBIENTALES	31
<i>Productos Químicos de Limpieza</i>	31
CRITERIOS SOCIALES.....	33
FUENTES DE INFORMACIÓN	37

ANTECEDENTES

El presente reporte se enmarca bajo el proyecto *“Estimular la demanda y oferta de productos sostenibles a través de las compras públicas sostenibles y el eco-etiquetado - SPPEL”*, implementado por PNUMA con financiación de la Comisión Europea, el cual tiene como objetivo principal combinar los instrumentos de compras públicas sostenibles (CPS) y eco-etiquetado para mejorar el objetivo común de estimular la demanda y la oferta de productos sostenibles.

La actividad del Cono Sur es parte del componente regional del proyecto SPPEL, cuyo objetivo principal se enfoca en promover el apoyo mutuo, la cooperación y el intercambio de mejores prácticas en relación al eco-etiquetado y los estándares voluntarios de sostenibilidad y su utilización en sinergia con las CPS, en los 5 países de la sub-región (Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay). En el caso de Argentina, el punto focal para coordinar esta actividad es el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable (MAyDS).

Estos cinco países fueron representados por puntos focales nacionales, los cuales mediante reuniones en línea o conferencias web pudieron acordar directrices de trabajo para el proyecto. Estos puntos focales corresponden principalmente a organismos públicos como Ministerios de Industria, Ministerios de Medioambiente o afines, quienes en conjunto consensuaron la focalización del trabajo en dos sectores relevantes tanto para su realidad nacional como para la de los cinco países.

Por lo tanto, se decidió trabajar en los sectores: productos químicos de limpieza, y productos de la madera y derivados (mobiliario y papel). El trabajo consiste en el desarrollo de criterios claves de sustentabilidad para los cinco países con el fin de entregar una orientación para las compras públicas. En ese sentido, se han establecido tres actividades principales para el componente sub-regional del Cono Sur de SPPEL:

1. Identificación de criterios clave de sustentabilidad para los países en base a: estudios de Análisis de Ciclo de Vida (ACV), criterios de eco-etiquetas reconocidas, estándares voluntarios de sustentabilidad y criterios utilizados por los propios países del Cono Sur. En base a estas fuentes de información se determinaron aspectos claves o “hotspots” y criterios ambientales y sociales a lo largo del ciclo de vida del producto. Los resultados de esta actividad se encuentran en el reporte *“Propuesta de Criterios de Sustentabilidad Clave para los Sectores: Productos de la madera (Papel de Impresión y Copiado, Mobiliario) y Químicos de Limpieza”* (véase anexo 2 para conocer los criterios propuestos).
2. Revisión del mercado para los dos sectores, en el cual, se busca identificar características generales del mercado, junto con las empresas más importantes de los sectores, además de los productos, marcas y empresas que poseen criterios sustentables. Esto se realiza mediante consultas a asociaciones y cámaras de comercio, información disponible en internet y contacto (cuando sea posible) con las principales empresas del sector.
3. Realización de consulta (taller) con el sector privado para cada uno de los cinco países, con el fin de afinar y ajustar los criterios clave de sustentabilidad previamente identificados a las realidades nacionales, determinando su potencial aplicación en las compras públicas para el corto, mediano o largo plazo, junto con recomendaciones para que el mercado pueda cumplir con ellos.

El presente estudio muestra los resultados para las actividades N°2 y N°3 para el sector productos de limpieza en base al mercado argentino. A continuación, se señalan los objetivos específicos de tales actividades.

OBJETIVOS DEL REPORTE

1. Identificar las empresas más importantes para los sectores mencionados en el mercado de Argentina, así como la participación de mercado, exportaciones e importaciones de los sectores.
2. Revisión de la oferta de productos/marcas con criterios sustentables y empresas que se diferencien en términos de sustentabilidad en el mercado de Argentina.
3. Analizar los resultados del Taller de Diálogo con el sector privado y establecer una propuesta de aplicabilidad de los criterios de sustentabilidad para el corto, mediano y largo plazo en el mercado argentino, generando recomendaciones para el sector público de Argentina mediante la identificación de programas o planes nacionales que podrían vincularse a los criterios propuestos o elaborarse nuevos programas para fomentar el cumplimiento de los criterios.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

INFORMACIÓN BASE Y ALCANCE

Las categorías de productos seleccionadas por los países son: papel de impresión y copiado, mobiliario de madera y productos químicos de limpieza. Para hacer la revisión de mercado fue necesario focalizarse en productos específicos. La tabla siguiente muestra los tipos de productos que fueron considerados en la revisión de mercado de los productos de limpieza:

Tabla n° 1. Productos considerados en el reporte.

Sector	Tipo de Productos Considerados
Productos Químicos de Limpieza	Se consideraron limpiadores de uso general, limpiadores sanitarios y detergentes lavavajilla.

A continuación, se señala las actividades realizadas para cada uno de los objetivos del estudio mencionados anteriormente:

IDENTIFICAR LAS EMPRESAS Y MARCAS DE PRODUCTOS MÁS IMPORTANTES.

En este objetivo se analizaron los actores que integran los productos químicos de limpieza. Para ello se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Investigar la distribución/participación del mercado mediante publicaciones de asociaciones y gremios del sector, estudios públicos, etc.
- Identificar información general de producción de los mercados como importaciones y exportaciones.
- Identificar las asociaciones industriales de los sectores y las empresas que las componen.
- Revisar los canales de venta que ofrecen productos de limpieza para identificar las empresas y marcas que ofrecen este tipo de productos en el mercado argentino.
- Corroborar la selección de las empresas claves a lo largo del ciclo de vida del producto en cada una de las categorías, mediante la consulta a los puntos focales.

Nota: Respecto a los precios de cada marca, no se logró obtener información completa para todos los productos analizados debido a que la mayoría de las empresas identificadas no tienen los precios disponibles en páginas web u otro medio en base a información secundaria que permitan hacer una comparación real de los precios de estos productos.

REVISIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS CON CRITERIOS SUSTENTABLES Y EMPRESAS QUE SE DIFERENCIAN EN SUSTENTABILIDAD EN ARGENTINA.

En este objetivo se revisó la oferta de productos que cumplieran con algún atributo o criterio “sustentable”, en base a la identificación hecha en el primer objetivo. Además, se revisaron las empresas que poseen certificaciones o buenas prácticas ambientales o sociales. Para ello se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Revisión de las páginas web de las empresas identificadas en el objetivo N°1, registrando certificaciones y buenas prácticas asociadas a la empresa.

- Análisis de los canales de venta digitales que ofrecen productos de limpieza y donde se registran los productos que cumplan con al menos uno de los criterios claves.
- Consultas a las empresas claves y/o asociaciones industriales a lo largo del ciclo de vida, mediante consultas por correo y/o llamados telefónicos, con el fin de reconocer el grado de avance y potencial de desarrollo en temas de sustentabilidad y principales barreras.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL TALLER Y PROPUESTA DE APLICABILIDAD DE LOS CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD.

Para establecer la aplicabilidad de los criterios de sustentabilidad, se realizó una consulta al sector privado obteniendo la retroalimentación necesaria para generar una propuesta de criterios para el corto (inmediatamente hasta 1 año), mediano (desde 1 a 3 años) y/o largo plazo (más de 3 años).

Para productos de limpieza, el taller se realizó el 18 de Octubre del 2016, en la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI), ubicada en Leandro N. Alem 1067 piso 12 of. 35, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y contó con la participación de 4 empresas fabricantes de productos de limpieza y representantes de la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI), de la Oficina Nacional de Contrataciones y la Asociación civil Generación PAR.

Este taller se realizó gracias a la organización del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable, la Oficina Nacional de Contrataciones del Ministerio de Modernización, el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI) y bajo la orientación del consultor contratado por el PNUMA, quien fue el encargado de la realización del presente estudio (ver listado de organizadores y asistentes en el Anexo 1).

Para llevar a cabo esta actividad, se utilizó una metodología que permite valorar de manera cuantitativa, por parte de las empresas participantes, dos factores que influyen en la aplicabilidad de los criterios ambientales y sociales. A las empresas participantes (véase el Anexo 1 para conocer las organizaciones participantes) se les facilitó una hoja de evaluación, la cual debía ser diligenciada con las valoraciones que establecía cada empresa. Los factores valorados por las empresas fueron:

RESPUESTA DEL MERCADO: se refiere a la capacidad del mercado para responder positivamente al cumplimiento del criterio en el corto plazo¹. En ese sentido, las empresas participantes valoran si son capaces de ofrecer productos que ya incorporen tales criterios de sustentabilidad. Las valoraciones cualitativas son:

Tabla n° 2. Valoraciones para Respuesta de Mercado.

¹ Lo que se busca es evaluar e identificar los criterios que se podrían aplicar dentro de un plazo acotado, por ejemplo 1 año, dadas las capacidades que tiene el mercado a responder a esos criterios. Esto no significa sin embargo, que los criterios de corto plazo sean más importantes en términos ambientales o sociales a los criterios de mediano o largo plazo.

Valoración	Parámetro
1	Muy baja capacidad de respuesta
2	Baja capacidad de respuesta
3	Media capacidad de respuesta
4	Alta capacidad
5	Muy alta capacidad

COSTO DE CUMPLIMIENTO: Se refiere al costo económico que le generaría a la empresa participante incorporar el criterio. En ese sentido, las empresas valoraron qué tan complejo en términos económicos, puede llegar a ser la incorporación del criterio. Las valoraciones cualitativas son:

Tabla n° 3. Valoraciones para Costo de Cumplimiento

Valoración	Parámetro
1	Costo económico muy alto
2	Costo económico alto
3	Costo económico medio
4	Costo económico bajo
5	Costo económico muy bajo

Una vez obtenidas las valoraciones de las empresas participantes, se calcula un promedio de las valoraciones de los factores para cada criterio. Un valor cercano a 5 corresponde a un criterio que puede ser aplicado inmediatamente o en el corto plazo y, por el contrario, un valor cercano a 1 corresponde a un criterio para el largo plazo.

Además de estas valoraciones hechas por las empresas participantes, las recomendaciones finales sobre la aplicabilidad de los criterios sustentables serán complementadas con los datos obtenidos en la etapa N°2 de la Revisión de Mercado. En esta etapa se identificaron las marcas que cumplen con criterios ambientales y en ese sentido, permite contrastar con las valoraciones de las empresas participantes.

IMPORTANTE (DISCLAIMER):

Cabe mencionar que una de las limitaciones de este reporte es que el número de empresas participantes en los talleres fue reducido y no representa los sectores a nivel nacional en su totalidad.

Para el caso de los productos de limpieza, las empresas que asistieron no tienen una participación directa en las compras públicas, dado que la mayoría de las veces estas empresas venden a diversos distribuidores o empresas que brindan servicios de limpieza, quienes son los que directamente ofertan los productos al Estado. Sin embargo, asistieron empresas multinacionales, reconocidas en el medio, como Unilever, The Clorox Company y Reckitt Benckiser, quienes tienen mucha experiencia en la fabricación de esta categoría de productos, aportando con valiosa información técnica.

En ese sentido, las valoraciones hechas por las empresas participantes son útiles y proveen retroalimentación ya de por sí valiosa del sector privado en el contexto de compras públicas sostenibles en Argentina.

REVISIÓN DE MERCADO: QUÍMICOS DE LIMPIEZA Y ASEO

Se ha podido verificar algunos puntos generales con relación al mercado de productos de limpieza y aseo en Argentina:

1. El mercado de productos químicos de limpieza posee muchas marcas nacionales, que se venden a nivel de retail como también a grandes empresas, estatuto público, empresas del área de la salud, etc., las que muchas veces van acompañadas de la venta de servicios de aseo.
2. Existe una variedad importante de laboratorios que vende insumos para la fabricación de productos de limpieza, que además desarrollan líneas propias de productos de limpieza.
3. También se encuentran en Argentina presentes conocidas marcas multinacionales como Unilever, Procter & Gamble, SC Johnson, Clorox Company y Reckitt Benckiser, las cuales tienen presencia en casi toda Latinoamérica.
4. Se observa un gran número de distribuidores que ofrecen todo tipo de productos tanto nacionales como extranjeros.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN COMPRAS PÚBLICAS EN ARGENTINA

De acuerdo a los datos suministrados por la Oficina Nacional de Contrataciones del Ministerio de Modernización de Argentina, los proveedores con mayor participación en las compras públicas en 2014 y 2015 de químicos de limpieza son:

Tabla n° 4: Compras Públicas de Productos de Limpieza

Proveedor	Monto Adjudicado (USD)	Monto Adjudicación (%)	Cantidad de órdenes de compra
SERVICIOS PARA LA HIGIENE S.A.	37.837	4,1 %	46
ROLLS S.R.L.	32.193	3,4 %	23
TRIGILA CLAUDIO ALEJANDRO	24.640	2,7 %	1
CORPORACION DEL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES	23.797	2,6 %	1
EUQUI S.A.	22.452	2,4 %	32
CISA PABLO FERNANDO	22.421	2,4 %	39
PAPELERA COMERCIAL REPUBLICA S.R.L.	20.699	2,2 %	149

De acuerdo a los porcentajes de los montos adjudicados, se puede ver que se dan muchas licitaciones a las cuales se presentan muchas empresas, cuyos montos pueden ser mayores como es el caso de Trigila Claudio Alejandro o la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires que participaron en un 2,7 y 2,6% respectivamente, pero con sólo una orden de compra a diferencia de Papelera Comercial Republica S.R.L. que participó en un 2,2% con 149 órdenes de compra.

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

De acuerdo a datos obtenidos de Trade Map del International Trade Center, para el año 2014, las exportaciones de jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar y limpieza, entre otros, representaron \$US 167 millones en 2014, siendo los principales mercados Uruguay, Chile y Paraguay. Mientras que las importaciones rondaron por los \$US 370 millones, siendo los principales orígenes Estados Unidos, Brasil y Alemania.

MAPEO DE EMPRESAS Y MARCAS

A continuación, se muestran las empresas, marcas y asociaciones identificadas para el sector y para cada etapa del ciclo de vida del producto. En el caso de las empresas y asociaciones señaladas a continuación, sólo se mencionan las organizaciones que tienen operaciones en el territorio nacional de Argentina y que poseen un nivel de producción significativo. Sin embargo, en el caso de las marcas, solo se señalan las marcas de los productos finales que se ofrecen en el mercado argentino, aun cuando estas sean importadas.

Tabal n° 5: Empresas presentes en el mercado según ciclo de vida de los Productos de Limpieza.

Etapa del Ciclo de Vida	Empresa / Marca
Formulación de Químicos	<p>Empresas:</p> <p>Droquimar Euroquímica S.A. Productos Químicos Rosario S.R.L. Distriquim Química Superbrill Central Química Argentina S.A. MR Fragancias Materia Oleochemicals</p> <p>En su mayoría se dedican a la fabricación de químicos y productos de limpieza, entre otros.</p> <p>Asociación:</p> <p>Cámara de la Industria Química y Petroquímica de Argentina (CIQyP), agrupa el 68% de la industria química Argentina.</p>
Fabricación / del Envasado del Producto	<p>Marcas con Producción en el Extranjero:</p> <p>Sutter Profesional (Italia)</p> <p>Marcas con Producción Nacional:</p> <p>Mr. Músculo, Lysoform y Blem, Ayudín, Flash, Taski Crew, Drastik, Querubín, Lysol, Porcenex, Héroe, Ecovita, El Coloso, PQR, Luma Clean, Química Dalton, Gigante, Magistral, El Cacique, Top Win, Plus Limp, Dione Química, El Salvador, Euroquímica, Rolls, Química Moreno, Clinsy, Suiza, Eye Química, Qualibest, Droquimar, Aqua Team, entre otros.</p> <p>Asociación:</p> <p>Cámara de la Industria Química y Petroquímica de Argentina (CIQyP), incluye socios que producen químicos orgánicos e inorgánicos, petroquímicos, productos de química fina, colorantes, agroquímicos, tensioactivos y otras especialidades químicas como productos de limpieza, cuidado personal, cosméticos y medicamentos.</p> <p>Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI)</p>

Etapa del Ciclo de Vida	Empresa / Marca
Distribución y/o Comercialización	Empresas Identificadas Staples, Caromar, Farmacity, Makro, Luma Clean, Química Dalton, Aquí Limpieza, Pilar Cleaners II, Centro de distribución Sur, El Cacique, Limpia Salud, A.M.C SRL, Campeón, Dione Química, Villard & Louis, El Económico, Laboratorios Esme SAIC, El Salvador, Miller Servicios para la Higiene S.A., Euroquímica, Papelera Comercial Republica, Química Moreno, Eye Química, Euqui S.A., Química Erpe, entre otros.

LISTADO DE EMPRESAS/MARCAS MÁS IMPORTANTES Y CRITERIOS SUSTENTABLES

En esta etapa, se señalan marcas de productos que fueron identificadas en la etapa anterior, a partir de las empresas más relevantes del sector de químicos limpieza. Se muestran las marcas junto a la empresa que la produce, el país de producción, los productos asociados, criterios de sustentabilidad que cumple el producto o la empresa fabricante.

RESULTADOS OBTENIDOS

En el caso del sector de productos químicos de limpieza, se realizó una búsqueda de las páginas web oficiales de las empresas fabricantes y comercializadoras. En general las grandes marcas tenían información disponible, sin embargo, las empresas pequeñas no proporcionan mayor información. También se consultó por la existencia de atributos ambientales en los productos que fabrican y/o comercializan, así como buenas prácticas operacionales de la organización que se traduzcan en políticas formales o planes o programas relacionados.

Cabe destacar que por la normativa Argentina todos los productos de limpieza y químicos en general deben obligatoriamente detallar en la etiqueta los peligros asociados al contacto de éstos, instrucciones para el tratamiento y primeros auxilios, forma de almacenamiento e instrucciones de dosificación, aplicación y uso, por lo que en rigor todas las empresas debieran cumplir con este criterio.

Tabla n° 6: Marcas de Productos de Limpieza con Criterios de sustentabilidad

Empresa	Marca	Productos	Lugar de Producción	Criterios Sustentable que cumple
Unilever https://www.unilever.es/brands/ http://www.cif.com.ar/	CIF	Cremas, Gatillos (baño, cocina, antihongos, limpia vidrios, multiuso y antigrasa), Clorogel, Limpiador Pisos.	Argentina / Chile	Productos libres de metales pesados. Fragancias según Código de la International Fragrance Association (IFRA). Tensioactivos biodegradables.
SC Johnson	Mr Músculo	Limpiador cocina, Antigrasa, Limpia hornos, Baño, Crema	Argentina	Fragancias según Código de la International

Empresa	Marca	Productos	Lugar de Producción	Criterios que cumple	Sustentable
http://www.mrmusclean.com/es-ar http://www.lysoform.com.ar/ http://www.scjohnson.com.ar/ http://www.blem.com.ar/		antibacterial, Destructor y Limpiador Multiusos/vidrios.		Fragrance Association (IFRA).	Association
	Lysoform	Limpiador pisos, Antigraza, Baño, Inodoro, Desinfectante liquido	Argentina		
	Blem	Limpia pisos, Limpiador para muebles y aparatos electrónicos	Argentina		
Laboratorios Ecovita S.A. http://www.ecovita.com.ar/	Ecovita	Limpiadores líquidos (antigrasa, vidrios, baños y multiuso), Lavavajillas, Limpia pisos, Lustra muebles.	Argentina	Sin información disponible.	
	Simplicity (Marca de Farmacity)	Limpiador de pisos, Baños, Antigraza, Limpia vidrios y multiuso,	Argentina	Sin información disponible.	
	M&K (Marca de Makro)	Limpia vidrios, Limpiador de baños y cocina	Argentina	Sin información disponible.	
Diversey https://sealedair.com/	Flash, Taski Crew, Drastik, entre otras.	Limpiapisos, limpiadores de baño, limpiadores multiuso	Argentina	Sin información disponible.	
Reckitt Benckiser http://www.rb.com/ http://www.lysol.com http://www.espadoldettol.com.ar/ http://www.procenex.com/	Lysol	Paños y sprays desinfectantes, Limpiadores multiuso, jabón para manos.	Argentina	No contienen Fósforo, COV, Metales pesados, EDTA, NTA, ni APEO. Fácil biodegradación de tensioactivos y surfactantes. Fragancias según Código de la International Fragrance Association (IFRA)	
	Espadol Dettol	Desinfectante para pisos, Limpiador cocina y baños.	Argentina		
	Procenex	Limpia pisos y superficies, Limpiador cocina y baño, Limpiavidrios y Limpiador multiuso	Argentina		
Productos Químicos Rosario SRL http://www.prodquimicosrosario.com.ar/	PQR	Limpiadores de pisos, Desinfectantes y Desengrasantes	Argentina	Sin información disponible.	

Empresa	Marca	Productos	Lugar de Producción	Criterios de Sustentable que cumple
Caromar http://caromar.com.ar/	El Coloso	Lavavajillas, Limpiador líquido, Limpiadores en gatillo, Limpiador en crema, Lustra muebles, Antigraza, Limpia pisos, Desinfectantes	Argentina	Sin información disponible.
Luma Clean http://www.lumaclean.com.ar/	Luma Clean	Detergentes, Jabones, Lavavajillas, Limpia pisos, Desengrasantes y Limpiadores antigraza, antihongos y antibacterial	Argentina	Detergentes concentrados.
Química Dalton www.quimicadaltont.com.ar/	Byebacter, Lybacter, Espa Dalt, Pinol, Daltonex antibacteri al y varios genéricos	Desodorantes para pisos, Desinfectantes, Detergentes, Jabones, Desengrasantes	Argentina	Productos concentrados. (No se especifica si la empresa entrega capacitaciones o instrucciones para el correcto uso del producto concentrado)
Sutter Profesional http://www.sutterprofessional.it/	Sutter	Limpia pisos (detergentes, desengrasantes, desinfectantes), Limpiadores baños (desinfectantes, sanitizantes), Limpia vidrios, Limpiadores para cocina, entre otros.	Italia	Sin información disponible.
Procter & Gamble http://www.pg.com/es_LATAM/AR/	Magistral	Detergente lavaloz	Argentina	Detergente altamente concentrado. (No se especifica si la empresa entrega capacitaciones o instrucciones para el correcto uso del producto concentrado)
Guma http://www.joseguma.com/	Gigante	Limpia pisos, limpiadores concentrados, limpiador de baños, limpiavidrios, antigraza y lavavajillas	Argentina	Sin información disponible.
Laboratorios Esme S.A.I.C. http://www.esme.com.ar/	Top Win	Limpiadores en gatillo, Limpiador cremoso y Limpiapisos	Argentina	Productos sin metales pesados. Fragancias según Código de la International Fragrance Association (IFRA).

Empresa	Marca	Productos	Lugar de Producción	Criterios Sustentable que cumple
				Tensioactivos biodegradables.
Villard & Louis http://www.cerasuiza.com.ar/	Clinsy	Limpia alfombras, Quitasarro, Destapa cañerías y Ceras.	Argentina	Sin información disponible.
	Suiza	Limpiador de muebles, Limpia pisos y Limpiadores de superficies.		Sin información disponible.
	Suiza Profesional	Secuestrante de polvo, Limpiadores, Curadores, Cera y Quitaceras para pisos y Limpiador de superficies.		Sin información disponible.
El Cacique www.elcacique.com.ar/	El Cacique	Desinfectantes, detergentes, jabones, desengrasantes	Argentina	Sin información disponible.
Quimica Erpe www.erpe.com.ar/	Qualibest	Desengrasantes, Desodorantes, Ceras, entre otros.	Argentina	Sin información disponible.
Quimant http://www.quimant.com.ar/	Aqua Team	Limpiadores Multiuso, Antigraza, en crema, Desinfectantes, Acondicionador de pisos, Detergentes, Jabones y Ceras.	Argentina	Sin información disponible.
AMC SRL http://www.amcsrl.com.ar/	Plus Limp	Jabones, Detergentes y Limpiadores multiuso	Argentina	Sin información disponible.
Dione Química S.A. http://www.dionequimica.com.ar/	Dione	Detergentes, Lavavajillas, Limpiadores y Desinfectantes	Argentina	Sin información disponible.
El Salvador del Hogar http://www.elsalvadordelhogar.com.ar/	El Salvador	Limpiadores concentrados, Detergentes y Limpia pisos	Argentina	Sin información disponible.
EuroQuimica S.A. http://www.euroquimica.com.ar/	-	Detergentes, Desengrasantes, Jabones y	Argentina	Sin información disponible.

Empresa	Marca	Productos	Lugar de Producción	Criterios de Sustentable que cumple
Rolls S.A. http://www.rolls.com.ar/	Rolls	Limpiadores Multiuso, Detergentes, Desengrasantes, Desinfectantes y Sanitizantes	Argentina	Productos Biodegradables. (No se especifica cómo se verifica la biodegradabilidad del producto)
Quimica Moreno http://www.quimicamoreno.com.ar/	-	Desengrasantes, Detergentes, Jabones, Limpia vidrios, Limpiaadores multiuso y en crema, entre otros.	Argentina	Sin información disponible.
Droquimar http://www.droquimar.com/	-	Desengrasantes y Detergentes	Argentina	Sin información disponible.
Clorox Company http://www.clorox.com.ar/ http://www.ayudin.com.ar/	Ayudín	Desinfectantes, Limpiaadores de cocina y baño, Antihongos	Argentina	Fragancias según Código de la International Fragrance Association (IFRA). Tensioactivos Biodegradables.
	Pino Luz	Desinfectantes para piso	Argentina	
Grupo Queruclor www.queruclor.com.ar/ http://www.querubin.com.ar/	Querubín	Limpiaador Antibacterial, Lavavajillas	Argentina	Sin información disponible.
Fadial SRL http://www.fadial.com.ar/	Héroe	Limpiaadores líquidos y en crema, lavavajillas,	Argentina	Sin información disponible.
	Heroína	Antigrasa y Limpiaavidrios	Argentina	Sin información disponible.

La mayor parte de los atributos medioambientales y sociales de los productos de limpieza son informados por medio de las páginas web de las empresas fabricantes y no necesariamente en el etiquetado de los productos. Estos atributos aplican más bien a aspectos generales de las empresas, más que a los propios productos.

Por otro lado, hay ciertas gestiones que realizan las empresas, sobretodo en el ámbito social, que no se ven reflejadas necesariamente en los productos, pero que si aportan información al momento de verificar ciertos criterios de sustentabilidad. Cabe señalar que la información entregada en la tabla no. 7 representa una muestra de los programas que están desarrollando las empresas y que se vinculan a los objetivos de este estudio, no representan una lista completa de todos los programas sociales que las empresas están desarrollando.

Tabla n° 7: Criterios de Sustentabilidad relacionados a la Gestión de las Empresas fabricantes de Productos de Limpieza.

Empresa Página web Oficial	Marcas en el País	País de Producción Principal	Criterios Sustentables de la Empresa
SC Johnson	Mr. Músculo Lysoform y Blem	Argentina	Certificación Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001. Declaración de compromiso relacionado a asuntos sociales: equilibrio profesional y personal y la calidad de vida de los empleados y jubilados de la compañía y sus familias; promoción de la diversidad en todos sus niveles, oportunidades de capacitación y desarrollo, medios de reconocimiento e incentivo y una obra social propia para empleados y jubilados. ²
Clorox Company	Poet y Ayudín	Argentina	Reportes de Sustentabilidad en formato Global Reporting Initiative (GRI) donde se pueden ver prácticas ambientales y sociales, sin embargo, los datos corresponden, en su mayoría, a las operaciones en Estados Unidos o a nivel global. ³ Implementación de programas de educación en Salud e Higiene y apoyo monetario a otros relacionados, por medio de su marca Ayudín.
Diversey	Flash, Taski Crew, Drastik, entre otras.	Argentina	Programa de gestión de los recursos, con publicación de resultados. Programas de Educación para fomento de la salud de las poblaciones en diferentes países.
Sutter Profesional	Sutter	Italia	Certificación Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001, lo que se puede ver en algunas fichas técnicas de los distribuidores, sin embargo, esto no se encontró en la web de la empresa.
Guma	Gigante	Argentina	Posee Código de Ética publicado en su web que incluye aspectos de no discriminación por género e igualdad de oportunidades.
Reckitt Benckiser	Lysol y Espadol Dettol	EEUU / Argentina	Implementación de programas para reducción de uso de energía, emisiones de CO ₂ , Programa “Trees for Change” con producción y plantación de árboles para reforestación. Implementación de programas de reducción del consumo de agua, manejo y reducción de residuos. Certificación del 96% de las plantas a nivel mundial con sistemas de gestión en salud y seguridad OHSAS 18001. Implementación de programas de Educación en salud e higiene.

² Cabe mencionar que es sólo una declaración sin identificar medios de verificación como programas concretos o certificaciones. Véase información en la página oficial de SC Johnson: <http://www.scjohnson.com.ar/sustentabilidad/Pages/Cuidar%20a%20nuestra%20gente%20y%20ofrecer%20un%20excelente%20lugar%20de%20trabajo.aspx>

³ Véase el vínculo: <https://annualreport.thecloroxcompany.com/financial-statements.php#reportNon>

Empresa Página web Oficial	Marcas en el País	País de Producción Principal	Criterios Sustentables de la Empresa
			La Marca Espadol Dettol tiene un programa de educación sobre Salud e Higiene a madres primerizas y a niños en escuelas y un programa de apoyo a las comunidades que sufren catástrofes.
Procter & Gamble	Magistral	Argentina	Proyectos de eficiencia en materia de uso de agua en todas las operaciones. Uso de fuentes renovables de energía en sus plantas de producción. 60% de la producción que se realiza en América Latina se hace en plantas de producción calificadas como operaciones que envían cero residuos a vertederos. Reducción de la huella de CO ₂ en un 26,8%. Plataformas de inversión social de alto impacto en América Latina tales como el programa “Agua Limpia para los Niños”, “Nacer Aprendiendo” en alianza con United Way, esfuerzos conjuntos con Hábitat para la Humanidad y el programa de “Ayuda en Emergencias”. Programas contra la discriminación en la contratación de personal, apoyo a empleados a terminar sus estudios, programas de gestión de salud.
Unilever	CIF	Argentina / Chile	Implementación del “Plan Unilever para una Vida Sostenible” que implica trabajos en mejora de la salud y bienestar de la población, reducción del impacto ambiental, fomento de la equidad, oportunidades para las mujeres e inclusión y apoyo a pequeños agricultores, vendedores pequeños y empresarios jóvenes.

Fuente Propia: A base de las páginas web oficiales de las empresas.

Nota: En la tabla sólo se presentan las empresas que mencionaban al menos un criterio en sus páginas web oficiales.

PROPUESTA DE CRITERIOS SUSTENTABLES

RESULTADOS DEL TALLER

Sobre Participación de Empresas en el Taller

Es importante mencionar que en el taller participaron cuatro empresas miembros de la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (Alpha-AI), lo que de alguna manera, no logra representar a este sector en su totalidad. Sin embargo, tres de las empresas participantes (Unilever, Reckitt Benckiser y Clorox Company) corresponden a grandes multinacionales que tienen mucha experiencia y conocen bien el mercado, mientras que la otra empresa participante, es una empresa Argentina que fabrica sus propios productos, pero además fabrica un pool importante de productos de marcas privadas (principalmente retail). Por lo anterior, se considera que los resultados mostrados a continuación son indicativos y útiles como una primera retroalimentación del sector privado, pero que igualmente es necesario continuar con revisiones periódicas de los criterios para mantenerlos actualizados a la realidad del mercado local.

En el caso de los químicos de limpieza, los asistentes evaluaron todos los criterios ambientales, tanto en capacidad de respuesta del mercado como en costo de cumplimiento y sólo una empresa evaluó los criterios sociales en cuanto a la capacidad de respuesta del mercado, mientras que el costo de cumplimiento de los criterios sociales no fue evaluado por ninguno de los participantes. A pesar de lo anterior, el diálogo generado en esta instancia fue muy fructífero y permitió sacar conclusiones generales. Los criterios fueron evaluados como se muestra a continuación:

Tabla n° 8. Resultados del Taller de Químicos de Limpieza

Dimensión	Nombre del Criterio	Valoración Resp. De Mercado	Valoración Costo	Valoración Promedio	Comentarios asistentes
Ambiental	Biodegradabilidad de los Tensioactivos	4	4,5	4,3	Es más factible para tensioactivos y surfactantes, donde ya se trabaja así, pero no para ingredientes orgánicos, donde dependerá del tipo de producto. En Argentina solo se exige biodegradabilidad para tensioactivos aniónicos o tensioactivos en general, el resto de los ingredientes no. Sólo no deben ser volátiles.
	Características del Empaque o Embalaje: a) Recargable.	2,2	2	2,1	Depende del contenido químico del producto. Puede agregar costos (transporte, almacenamiento, limpieza, etc.). En aerosoles está prohibido a granel. Es casi imposible para el consumidor general, pero si se puede aplicar para usos industriales. Podría aplicarse en envases grandes como 1000 l. En algunos productos podría representar un riesgo (en el proceso de dilución o al concentrar algunos químicos).
	Características del Empaque o Embalaje: b) Reciclable	3,7	3,2	3,5	La mayoría de los envases son reciclables por el tipo de material utilizado. La mayoría son de PET que es fácil reciclar.
	Compuestos Orgánicos Volátiles (COV)	3,8	4	3,9	En productos de limpieza los aromáticos están regulados en algunos casos y se limita su porcentaje. Depende del producto por ejemplo: Productos sin enjuague son sustentables, pero muchos utilizan COVs en su formulación y no se pueden suplantar, por ejemplo: limpiadores de vidrios. Si no son alcoholes. Algunos productos no necesitan enjuague y por eso tienen COVs. En algunos es incumplible. Ya está regulado (Res. 709 del Ministerio de salud de Argentina). Todos están controlados por ADMAT. Los COVs estarían regulados para cada producto de limpieza.
	Fósforo	4,9	4,8	4,85	Revisar porcentaje de fósforo. En Europa reemplazaron el fosforo por zeolitas. Ya casi no se usa fósforo. El fósforo es problema por la agricultura, pero no por los productos de limpieza. Es un nutriente que puede generar excesos y aparece en las aguas.

Dimensión	Nombre del Criterio	Valoración Resp. De Mercado	Valoración Costo	Valoración Promedio	Comentarios asistentes
	Fragancias	5	5	5	<p>Que no tengan fragancia es complicado para diferenciarse de la competencia.</p> <p>En la Disposición 1112 de ADMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica), pide registrar los domisanitarios y para esto pide adjuntar la norma IFRA de fragancias. No es una regulación.</p> <p>Para el caso de ambientadores, debiera tener fragancia porque lo pide el mercado.</p> <p>Consumidor pide fragancias y se toma como un indicador de que el proceso de limpieza se hizo.</p> <p>Se podría hacer a pedido sin perfumes.</p> <p>Informar código IFRA es solicitado por la ADMAT y piden además hoja de seguridad y deben declarar.</p> <p>Es parte de la normativa.</p> <p>Difícil un producto de limpieza sin aroma, todas cumplen con las certificaciones de IFRA, se ha pedido especialmente.</p> <p>Todos los productos tienen fragancias.</p> <p>En Argentina se piden para registrar por regulación Riesgo tipo I y Riesgo tipo II.</p> <p>Se debe presentar la ficha de la fragancia con su certificación IFRA.</p>
	Información disponible en la Etiqueta del Envase u Otros Medios	4,6	4,5	4,55	<p>En general los puntos 1 y 2 están regulados.</p> <p>No en página web porque todo está en la etiqueta.</p> <p>Envases Doi-pack que no se reciclan.</p> <p>Información obligatoria: Instrucciones y advertencias.</p>
	Manejo del agua en la Fabricación del Producto	4,1	3,2	3,7	<p>Se puede aplicar en forma gradual.</p> <p>Fácil aplicación, pero costo medio a alto.</p> <p>El agua es barata, aunque hay lugares donde hay escasez de agua.</p>
	Manejo de la Energía en la Fabricación del Producto	4,4	3,1	3,8	<p>Se puede aplicar en forma gradual.</p> <p>Fácil aplicación, pero costo medio a alto.</p>
	Metales Pesados	5	4,8	4,9	<p>No se utilizan en productos de limpieza Unilever. Pueden venir en las materias primas como impurezas.</p> <p>Cada empresa tiene sus límites de aceptación, si acepta o rechaza la materia prima.</p> <p>No se usan, pero se debe verificar los límites de impurezas.</p> <p>Tiene que estar ausente.</p> <p>Alpha-AI vigila la normativa aplicable a los límites de impurezas en los productos terminados</p> <p>Lab. Esme no poseen metales pesados.</p>
	Otras Sustancias Restringidas	3,8	3,8	3,8	Según aplicación y cantidades.

Dimensión	Nombre del Criterio	Valoración Resp. De Mercado	Valoración Costo	Valoración Promedio	Comentarios asistentes
					<p>EDTA se utiliza y no está prohibido. Se usa también en cosméticos y productos alimenticios. Los APEO están siendo cuestionados.</p> <p>Salvo los secuestrantes, EDTA su reemplazo es complejo.</p> <p>En el caso de los APEO se está dejando de utilizar en los productos de limpieza, pero no está prohibido. En el caso de los secuestrantes como EDTA o NTA no es tan fácil eliminar dadas las características del producto.</p>
	Producto Concentrado	4	3,6	3,8	<p>Importante simplificarle la vida al usuario y podrían existir algunos problemas en el proceso de dilución.</p> <p>Resulta importante que el estado diga qué % de concentración quiere para que no sea ambiguo.</p> <p>Es de fácil cumplimiento ya que es una acción voluntaria.</p> <p>Importante definir el % del ingrediente activo.</p> <p>Es aplicable y el sector ya está tratando de cumplir.</p> <p>Importante definir previamente a qué se le llama "concentrado".</p>
	Tipo de Productos No Recomendados: 1) cloro y ácidos fuertes.	1,2	1	1,1	<p>Hay alternativas mucho más caras, pero no cumplen con todas las funciones que el hipoclorito de sodio.</p> <p>No debiera limitarse componentes que pueden ser "insustituibles".</p> <p>No hay equivalente desinfectante a tan bajo costo y amigable con el medio ambiente, ya que se transforma en agua y sal y la concentración disponible en el mercado en efecto irritante es bajo.</p> <p>Un reemplazo es costoso y sin mucho sentido x ej. amonio cuaternario.</p> <p>La mezcla del cloro con otros productos puede producir posible irritación, pero advertido esto correctamente no tiene problemas.</p>
	Tipo de Productos No Recomendados: 2) ambientadores químicos.	2,6	2,4	2,5	
	Tipo de Productos No Recomendados: 3) paños desechables.	2,8	2,6	2,7	
	Tipo de Productos No Recomendados: 4) aerosoles con propulsores	2	1	3	
Social	Igualdad de Género (Mujeres Empleadas)	5	Sin valoración		La aplicación a productos diferentes es más difícil porque hay cadenas de abastecimiento y muchos distribuidores.

Dimensión	Nombre del Criterio	Valoración Resp. De Mercado	Valoración Costo	Valoración Promedio	Comentarios asistentes
	Igualdad de Género (Remuneración)	5	Sin valoración		Se podría solicitar a través de una declaración jurada. Es más fácil de aplicar a nivel de servicios de limpieza.
	Igualdad de Género (Política, Plan o Programa)	5	Sin valoración		
	Inclusión Laboral (Porcentaje de discapacitados empleados)	5	Sin valoración		Argentina tiene un decreto (Ley 25.689). Más fácil para servicios de limpieza.
	Inclusión Laboral (Medidas de infraestructura y participación para discapacitados)	5	Sin valoración		
	Grupos Vulnerables	5	Sin valoración		Depende del lugar y la empresa. Hay un tema muy fuerte a nivel político y social que solucionar.
	Pueblos Originarios	5	Sin valoración		Que se puedan inscribir cooperativas (Instructivo en lengua aborigen) para ser proveedores del estado.
	Comunidades Locales	5	Sin valoración		

PROPUESTA FINAL

Luego de los comentarios del taller, se recalca en la importancia de tener claras las diferencias entre químicos de limpieza y productos desinfectantes, a los cuales no se les pueden aplicar los mismos requisitos de sustentabilidad ya que tienen diferencias en cuanto a sus ingredientes y efectos. Por lo mismo, los criterios recomendados aquí aplican de mejor manera a los productos de limpieza y no necesariamente a los desinfectantes.

Es clave considerar el uso de criterios en las compras públicas de manera gradual, trabajando en conjunto con las empresas, en especial con las nacionales, para que puedan adaptarse a nuevos criterios de sustentabilidad. A continuación, se presentan los criterios para el corto (inmediatamente hasta 1 año), mediano (desde 1 a 3 años) y/o largo plazo (más de 3 años). Cabe señalar que estos resultados son sólo una propuesta que se basa en los resultados del presente estudio y no representan las acciones que los organismos públicos de Argentina van a implementar en el futuro de las compras públicas.

CORTO PLAZO

CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE O EMBALAJE (CRITERIO AMBIENTAL): Este criterio indica que el envase de plástico que contiene el producto es a) Recargable y/o b) Reciclable. Los asistentes dividieron el criterio con valoraciones diferentes para a) Recargable y b) Reciclable. Para el caso de b) Reciclable, la valoración de los asistentes fue con una capacidad media a alta de respuesta del mercado y con un costo

medio. Los asistentes declaran que la mayoría usa envases de PET o polietileno de alta densidad que son de fácil reciclaje, sin embargo, previamente se debe verificar que los canales de reciclaje a nivel nacional estén disponibles, haciendo un levantamiento de las potenciales organizaciones recicladoras que puedan recibir los envases de los productos. Resulta importante destacar que se presentan problemas para el caso de los envases do-pack cuyos materiales son de difícil reciclaje.

OTRAS SUSTANCIAS RESTRINGIDAS (CRITERIO AMBIENTAL): El criterio señala el uso de EDTA (ácido etilendiaminotetraacético), NTA (ácido nitrilotriacético) y APEO (alquilfenoles etoxilados) como principales sustancias químicas que pueden generar efectos nocivos en los medios acuáticos. Los comentarios diferencian la situación de los EDTA y NTA, a la situación de los APEO, ya que el EDTA y NTA se usan bastante como secuestrantes mientras que los APEO ya casi no se usan por que vienen siendo cuestionados desde hace algún tiempo. Es por ésto que se recomienda dividir este criterio y aplicar la restricción de uso de APEO para el corto plazo, considerando que ya no se están usando y la industria está consciente de que se debieran retirar por completo. Mientras que la restricción de uso de EDTA y NTA se propone para el largo plazo, ya que muchos aún los usan, no es fácil su reemplazo y se necesita profundizar más su aplicación según el tipo de producto.

MANEJO DEL AGUA EN LA FABRICACIÓN DEL PRODUCTO (CRITERIO AMBIENTAL): El criterio fue evaluado con una alta capacidad de respuesta del mercado, con un costo de cumplimiento medio. El uso del agua en la fabricación y uso de productos de limpieza es un tema importante en el mercado de estos productos. El mercado argentino está compuesto por empresas multinacionales, que sí trabajan estos temas y por muchas empresas nacionales medianas a pequeñas que están recién empezando a trabajar sobre el uso y aprovechamiento del agua. Por esto, se recomienda la aplicación de este criterio en el corto plazo, pero con gradualidad, solicitando en una primera instancia una política de manejo o gestión del agua, luego solicitar un plan o programa con objetivos, metas y medios concretos y en última instancia, solicitar informes de resultados de desempeño que indiquen reducción del consumo de agua.

MANEJO DE LA ENERGIA EN LA FABRICACIÓN DEL PRODUCTO (CRITERIO AMBIENTAL): Dicho criterio fue valorado con una alta a muy alta capacidad de respuesta del mercado y con un costo medio. Los participantes refieren que hay empresas que están comenzando a trabajar los temas de energía y la implementación de una política en una primera fase, resultaría algo relativamente sencillo. Es así como se recomienda aplicar este criterio en el corto plazo pero considerando gradualidad en la exigencia del criterio asociado al manejo de la energía, es decir, separar el nivel de exigencia en los siguientes niveles: (1) solicitar una política del manejo o gestión de la energía, (2) solicitar un plan o programa con objetivos, metas y medios concretos y (3) solicitar informes de resultados de desempeño que indiquen reducción del consumo y/o el uso de energías renovables no convencionales o la obtención de certificaciones en la materia (ISO 50001 o equivalente). Además, para el caso de empresas que sólo comercializan productos de limpieza, se deberá establecer si se quiere aplicar este criterio a estas empresas o se aplicará al fabricante de los productos que estos comercializadores oferten.

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LA ETIQUETA DEL ENVASE U OTROS MEDIOS (CRITERIO AMBIENTAL): El criterio dice que se debe encontrar disponible la siguiente información: 1) En la etiqueta del envase, se mencionan los peligros asociados al producto en caso de contacto y su tratamiento de primeros auxilios. También se menciona la forma de almacenamiento, 2) En la etiqueta del envase, se entregan claras instrucciones de dosificación, aplicación y uso para lograr máxima eficiencia en su aplicación, 3) En la etiqueta u otro medio, se entregan instrucciones sobre la disposición (reciclaje) del envase o instrucciones en caso que el envase sea recargable y 4) En una página web oficial u otro medio abierto al público, está disponible documentación técnica u hoja de seguridad del producto. Las empresas participantes valoraron este criterio

con una alta a muy alta capacidad de respuesta del mercado, con un costo medio a bajo. De acuerdo a la Disposición 7292/98, 7334/99, 3366/2007 y 1112/2013 de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), los puntos 1 y 2 ya se encuentran regulados por lo que las empresas lo cumplen y el punto 4, que no está incluido en la regulación, es de fácil aplicación, por lo que se recomienda la aplicación de los requisitos 1, 2 y 4 en el corto plazo, considerando que ya se trabaja en esta vía. Mientras que el punto 3, es más complicado por los altos costos que implica por lo que esta parte del criterio se recomienda aplicar en el mediano plazo.

INCLUSIÓN LABORAL (CRITERIO SOCIAL): Ambos criterios relacionados a inclusión laboral (discapacitados empleados, e infraestructura y participación) fueron valorados con una muy alta capacidad de respuesta de mercado, pero no se valoró el costo económico de cumplimiento. Este tema ya se encuentra regulado por la Ley 25.689 que determina que se deben ocupar cargos con personas con discapacidad en una proporción no inferior al 4%. Es así como se reconoce que el porcentaje de personas con discapacidad, es una parte del criterio que puede ser solicitado a corto plazo, pero se considera que el costo y el tiempo de implementación de las medidas de infraestructura y participación dependerá del tipo de discapacidad que tengan las personas, para las empresas poder adaptar las instalaciones a estos trabajadores.

MEDIANO PLAZO

FÓSFORO TOTAL (CRITERIO AMBIENTAL): Los asistentes evaluaron el criterio con una muy alta capacidad de respuesta de mercado, con costo de cumplimiento muy bajo y comentan que ya casi no se usa fósforo en los productos de limpieza. Sin embargo, se recomienda aplicar en el mediano plazo ya que no se tiene mucha información de su uso por parte de medianas y pequeñas empresas, donde su uso puede ser mayor, por lo que hay que ver posibilidades para su reemplazo como zeolitas u otros.

COMPUESTOS ORGÁNICOS VOLÁTILES (COV) (CRITERIO AMBIENTAL): Los compuestos orgánicos volátiles (COV) se emiten durante el proceso de fabricación y durante la etapa de uso de algunos productos. Las exposiciones a los COV pueden generar efectos en la salud en el corto y largo plazo dependiendo de varios factores como concentraciones en el aire y tiempos de exposición, así como también contribuyen en la formación del smog fotoquímico. Este criterio fue evaluado por los participantes del taller con una alta capacidad de respuesta de mercado y bajo costo de cumplimiento, refiriendo que depende del tipo de producto dado que hay algunos (sin enjuague) que requieren COV en sus formulaciones, por lo que se requiere un desarrollo tecnológico de la industria, el cual requiere tiempo de adaptación por parte de las empresas. Se recomienda identificar las concentraciones en los principales productos adquiridos por las instituciones públicas y establecer un programa de reducción de las concentraciones de COV en los productos de limpieza que lo requieren como parte indispensable del producto (Limpiavidrios), de acuerdo a la clasificación de éstos.

METALES PESADOS (CRITERIO AMBIENTAL): Los metales pesados en concentraciones significativas son peligrosos para la salud humana y el medio ambiente y, por ende, limitar las concentraciones en los productos reduce el riesgo durante la fabricación de producto, su uso y la etapa de disposición final. Dicho criterio fue valorado con una muy alta capacidad de respuesta del mercado con muy bajo costo, refiriendo que los metales pesados están contenidos en las materias primas como impurezas, por lo que resulta muy importante el trabajo que hace la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (Alpha-AI) que monitorea la normativa aplicable a los límites de impurezas en los productos terminados. Es recomendable desarrollar un sistema de control de materias primas que sea aplicable a toda la industria y conocer, mediante pruebas de testeo en laboratorios acreditados, las concentraciones de metales pesados en

los productos principales adquiridos por las instituciones públicas, identificando productos que cumplan en parte o en su totalidad con las concentraciones señaladas en el criterio. En esta misma vía, se puede implementar en forma gradual, un sistema de incentivo en cuanto a la valoración del proveedor, a empresas que presentan o no análisis de laboratorios acreditados y dentro de los que presentan análisis de laboratorios, dar valoración adicional, a los que se encuentran dentro de los parámetros aceptados.

FRAGANCIAS (CRITERIO AMBIENTAL): El criterio propuesto menciona que los productos no poseen fragancias, o en su defecto, utilizan ingredientes que siguen el código de práctica de la IFRA (International Fragrance Association), ingredientes que han sido evaluados mediante un análisis de riesgo en salud humana y del medio ambiente. A pesar de que los participantes evaluaron el criterio con una muy alta capacidad de respuesta del mercado y con un muy bajo costo de implementación, la mayor limitante podría ser el usuario que en general prefiere productos con fragancias, lo que se podría corregir mediante la educación del usuario. Por otro lado, de acuerdo al Disposición n° 1112/2013 de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) resulta obligatorio el registro ante este organismo de los productos domisanitarios con clasificación de riesgo tipo I y dentro de la documentación a presentar para este registro se solicita constancia del proveedor de las fragancias o esencias que cumple con IFRA. Sin embargo, esta normativa no aplica para los productos de riesgo tipo II (productos con actividad antimicrobiana, desinfectante, con pH inferior a 2 o mayor a 13, productos con alto poder oxidante o reductor y productos biológicos en base a bacterias). Para los productos tipo I, no se trata de un requerimiento obligatorio, sino que sólo se debe informar a la autoridad. Por lo tanto, se recomienda identificar los principales productos adquiridos según el tipo de riesgo y verificar su cumplimiento con IFRA, para establecer un sistema de incentivos, aumentando la valorización de los oferentes al cumplir con dicho criterio.

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LA ETIQUETA DEL ENVASE U OTROS MEDIOS (CRITERIO AMBIENTAL): El criterio consta de 4 puntos y para el caso del punto número 3) “En la etiqueta u otro medio, se entregan instrucciones sobre la disposición (reciclaje) del envase o instrucciones en caso que el envase sea recargable”, resulta difícil de aplicar por los altos costos que implica y porque se debe establecer y abrir los canales de reciclaje de manera previa, por lo que este punto se recomienda sea aplicado en el mediano plazo.

IGUALDAD DE GÉNERO (CRITERIO SOCIAL): Los 3 aspectos que considera este criterio (porcentaje de mujeres empleadas, remuneraciones y política, plan o programa contra la discriminación) fueron valorados con una muy alta capacidad de respuesta del mercado, pero el costo de cumplimiento no fue valorado. El nivel de igualdad de género en las empresas va a depender del tipo de productos y tipo de empresa ya que para productos de limpieza hay muchas y distintas cadenas de distribución por lo que se recomienda especificar mejor a qué nivel se quiere aplicar el criterio, en consonancia con las políticas de inclusión de la mujer por parte del Estado y de acuerdo a la realidad del nivel de empresas seleccionado, cuantificar el costo de cumplimiento, determinando así, la aplicabilidad del criterio. La institución del Estado relacionada a este criterio es el Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social, quien lleva adelante iniciativas propias para la integración de la mujer, desarrolla políticas y líneas de acción con otras áreas del Estado y con representantes de trabajadores y empleadores, a través de la Comisión para el Trabajo con Igualdad de Oportunidades (CTIO) y la Coordinación de Equidad de Género e Igualdad de Oportunidades en el Trabajo (CEGIOT).

INCLUSIÓN LABORAL (CRITERIO SOCIAL): Dado que el costo y el tiempo de implementación de las medidas de infraestructura y la participación de los discapacitados en las empresas dependerá del tipo de discapacidad que tengan las personas, se recomienda que esta parte del criterio (adaptación de las instalaciones), se aplique en el mediano plazo.

GRUPOS VULNERABLES (CRITERIO SOCIAL): La valoración de este criterio durante el taller, resultó en una muy alta capacidad de respuesta del mercado, pero el costo de cumplimiento no fue valorado. Los participantes refieren que la inclusión de estos grupos depende mucho del lugar y de la empresa, por lo que resulta importante definir a qué grupos se quiere llegar, ya que hay varios grupos de personas en condiciones de vulnerabilidad y el grado de importancia que pueden tener unos de otros dependerá de las políticas públicas y/o estrategias que el Estado quiera implementar, de hecho, el Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social, tiene en marcha programas de apoyo a grupos vulnerables, por lo que el trabajo debiera ser en concordancia con estos programas.

PUEBLOS ORIGINARIOS (CRITERIO SOCIAL): Este criterio fue valorado por los participantes con una muy alta capacidad de respuesta del mercado, sin valoración del costo de cumplimiento. Además, las empresas refieren que el Estado debe, no sólo estimular la participación de estos pueblos en las empresas privadas, sino además permitir que cooperativas conformadas por personas de pueblos indígenas puedan ofertar al Estado. Es así como se recomienda un trabajo coordinado con las instituciones del Estado relacionadas como la Organización Nacional de Pueblos Indígenas en Argentina (ONPIA), la Oficina Nacional de Contrataciones, y determinar objetivos claros para abordar la inclusión de estos pueblos.

COMUNIDADES LOCALES (CRITERIO SOCIAL): Las empresas mencionan tener una muy alta capacidad de respuesta a este criterio. Aunque ya hay empresas (sobretudo multinacionales) que trabajan con las comunidades, existe una diversidad de programas que apuntan a diferentes grupos de la comunidad. Por lo que se recomienda definir mejor cuales son las comunidades de interés y qué se espera se haga con la comunidad para que así las empresas puedan dirigir mejor sus esfuerzos.

LARGO PLAZO

TIPO DE PRODUCTOS NO RECOMENDADOS: Este criterio considera que las empresas no incluyan en la oferta productos limpiadores sanitarios en base a: 1) cloro y ácidos fuertes (ácido muriático), limpiadores con ácidos inorgánicos, 2) ambientadores químicos, 3) paños desechables y 4) aerosoles con propulsores. Los participantes del taller evaluaron el criterio con una muy baja capacidad de respuesta del mercado y con un muy alto costo para el punto 1); una capacidad de respuesta del mercado media a baja con un costo medio a alto para el punto 2). Además, refieren la gran presencia que tiene el cloro y las lavandinas en el mercado argentino, por su bajo costo y eficiente acción desinfectante y que su sustitución podría ser difícil y muy cara 2); una capacidad de respuesta media con un costo medio a alto para el punto 3); y una baja capacidad de respuesta con un costo muy alto para el punto 4) Para el caso de los aerosoles es necesario definir qué tipo de productos son los que se relacionan con este criterio, dada la gran variedad que productos que tendrían aerosoles. Por lo tanto, sería necesario profundizar la definición de los productos a los que se le aplicaría este criterio. Por tanto, se propone la aplicación de este criterio en el largo plazo, ya que se requiere dialogar con las empresas de productos químicos y de limpieza con el objetivo de regular mejor el mercado y educar al usuario, especialmente en la percepción de los usuarios de que es necesario el uso de cloro para lograr buena limpieza y sanitización.

PRODUCTO CONCENTRADO (CRITERIO AMBIENTAL): Los asistentes al taller evaluaron el criterio con una alta capacidad de respuesta del mercado y un costo económico medio a bajo. A pesar de esto, las empresas comentaron que se requieren esfuerzos importantes en educación para un adecuado uso por parte del consumidor final y definir mejor el criterio en cuánto a qué se entiende por producto concentrado, qué porcentaje de ingredientes activos deben llevar los productos, para establecer reglas claras para todos. Se

recomienda hacer una identificación de productos en formatos concentrados en la industria nacional, obteniendo un listado de las empresas y tipos de productos con tales características, junto a la realización de un proyecto piloto en algunas instituciones públicas que contemple el uso de productos concentrados y la capacitación del personal de aseo para que su uso sea el correcto. Si los resultados del piloto son positivos, posteriormente, se pueden realizar dos actividades de forma paralela: (1) orientar y capacitar a los encargados de compra, así como el personal de aseo para un correcto uso de los productos de limpieza en formato concentrado, (2) informar a la industria sobre la incorporación de este nuevo criterio ambiental voluntario (no obligatorio) para los procesos de compra.

CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE O EMBALAJE (CRITERIO AMBIENTAL): Este criterio fue valorado con una alta a muy alta capacidad de respuesta del mercado, pero con un alto costo de cumplimiento. Este criterio considera que los envases sean recargables o reciclables. En cuanto a la posibilidad de que los envases sean recargables, los participantes lo ven complicado dados los costos implicados en la logística, por lo que surge importante, que previamente se genere un diálogo con las empresas del rubro para definir la estructura de los despachos en las licitaciones que haga más aplicable dicho criterio.

BIODEGRADABILIDAD DE LOS TENSOACTIVOS (CRITERIO AMBIENTAL): Los participantes valoraron el criterio con una alta capacidad de respuesta del mercado con un costo bajo a muy bajo, sin embargo, refieren que esto ya se está trabajando para los surfactantes y tensioactivos aniónicos, pero no se exige para los demás ingredientes de los productos. Por lo tanto, se recomienda identificar los tensioactivos que son utilizados en los productos de limpieza de las principales marcas del mercado argentino y solicitar a los oferentes de manera gradual requisitos de biodegradabilidad que incluyan otros tensioactivos existentes, como podría ser en una primera etapa aplicación del criterio, una autodeclaración de las empresas respecto de los tensioactivos utilizados y posteriormente exigir pruebas más específicas (testeos según ISO u OCDE) que acrediten el cumplimiento del criterio.

OTRAS SUSTANCIAS RESTRINGIDAS (CRITERIO AMBIENTAL): El criterio señala el uso de EDTA (ácido etilendiaminotetraacético), NTA (ácido nitrilotriacético) y APEO (alquilfenoles etoxilados) como principales sustancias químicas pueden generar efectos nocivos en los medios acuáticos. Los participantes valoraron el criterio con una capacidad de respuesta del mercado media a alta con un costo medio a bajo para el cumplimiento de este. Sin embargo, los comentarios evidencian que el EDTA y NTA se usan bastante como secuestrantes. Es por esto que se recomienda dividir este criterio y aplicar la restricción de uso de EDTA y NTA en el largo plazo, ya que muchas empresas los usan, no es fácil su reemplazo y se necesita profundizar más su aplicación según el tipo de producto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la presente sección se entregan las conclusiones y recomendaciones, surgidas desde este estudio, para la integración de temas sociales y ambientales en las compras públicas en Argentina. En primer lugar, se mencionan cuatro principios que se recomiendan estén presentes al momento de evaluar la incorporación de

criterios sustentables en las compras públicas. Se considera que estas directrices generales permiten, reducir el riesgo de establecer criterios que confundan o afecten negativamente al mercado, especialmente a las PyMES. Los cuatro principios son:

Orientación al Proveedor: Cada vez que se solicitan criterios ambientales y/o sociales en un proceso de compra, se entrega un mensaje implícito al mercado y a las empresas proveedoras. Éstas reciben el mensaje y van adaptándose a las nuevas exigencias. En ese sentido, el mensaje debe ser claro, sostenido en el tiempo y considerar la integración de empresas de menor tamaño, así como la realidad de la industria nacional.

Gradualidad: Los criterios sustentables a proponer deben ser adecuados a las condiciones actuales del mercado y las instituciones públicas. La aplicación gradual de los criterios es una forma práctica de ir fomentando las operaciones sustentables de los proveedores sin afectar la cantidad de oferentes ni las operaciones de las PyMES. La gradualidad en los niveles de exigencias que se irán construyendo en el tiempo debiera ser informado a los distintos actores. Es recomendable solicitar criterios básicos en una primera etapa y luego ir subiendo los niveles de exigencia en el tiempo.

Importancia Ambiental y Social: El uso de criterios debe tener un impacto ambiental y/o social significativo en el entorno. Cabe mencionar que se consideraron criterios ambientales y sociales que han sido establecidos por orientaciones internacionales y eco-etiquetas reconocidas, las cuales basan sus criterios en estudios de Análisis de Ciclo de Vida y otros estudios. Es asimismo importante que el país evalúe cuáles de estos criterios tendrían mayor impacto en caso de que se incluyeran en las compras públicas sostenibles, de acuerdo a sus prioridades de desarrollo nacional en materia ambiental y social.

Relación con Políticas, Planes o Programas de Carácter Público o Privado: La integración de criterios sustentables debe estar respaldada o, al menos, vinculada a directrices o políticas de los organismos públicos o asociaciones gremiales. Esto permite dar coherencia y validez para que las compras públicas sustentables se encuentren contextualizadas y contribuyan a cumplir con los objetivos nacionales.

A continuación, se entregan las conclusiones para los sectores revisados. Para mayor detalle de cada criterio propuesto se recomienda leer la sección “Propuesta Final” que se encuentra para los tres tipos de productos estudiados en las secciones anteriores del reporte.

SECTOR QUÍMICOS DE LIMPIEZA

El mercado de los productos de limpieza en Argentina está compuesto principalmente por tres tipos de actores. En primer lugar se encuentran varias empresas locales que producen sus productos en Argentina con marcas nacionales. En segundo lugar, están las empresas multinacionales, como Unilever, SC Johnson, Diversey, Reckitt Benckiser, Procter & Gamble y The Clorox Company, entre otras, que importan sus productos o fabrican sus productos con servicios de empresas nacionales, para sus marcas conocidas a nivel internacional. Estas últimas tienden a tener mayores niveles de cumplimiento de los criterios ambientales y sociales. En tercer lugar, se encuentran las empresas comercializadoras que pueden ser tanto los mismos fabricantes, como empresas que compran y distribuyen productos de todas las empresas anteriormente nombradas, que en algunos casos ofertan además servicios de limpieza y aseo y en otros casos, todo tipo de artículos para oficinas.

A continuación, se entregan algunas recomendaciones generales:

- 1- Se identificó que el sector de productos de limpieza posee un grado de desarrollo en el cumplimiento de atributos sustentables, dado principalmente por normativa aplicable como es el Decreto 531/2016 de la Ley 27.191 del Ministerio de Energía y Minería, las Disposiciones 7292/98, 7334/99, 3366/2007 y 1112/2013 de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) y la Ley 25.689 de Inclusión laboral de discapacitados y por tanto, no solo marcas internacionales cumplen con algunos criterios de tipo ambiental y social. Dadas las características de este mercado, la incorporación de criterios o requerimientos de sustentabilidad relacionados a las normas ya establecidas por el Estado Argentino, no debiera afectar negativamente a la industria nacional. De todos modos, se recomienda realizar un trabajo de planificación para su preparación y adaptación por parte de las empresas y en este sentido, se recomienda considerar la aplicación de criterios sustentables de manera gradual.
- 2- Por otro lado, hay algunos criterios que cumplen las empresas de mayor tamaño, no necesariamente por la aplicación de normativas por parte del Estado, sino porque la industria ha ido evolucionando y retirando de los productos ciertos componentes que están siendo cuestionados o para disminuir costos en envases y transporte como es el caso de los APEO, fósforo, COV (dependiendo del tipo de productos), metales pesados y productos concentrados. Sin embargo, en estos casos no se tiene mucha información por parte de las empresas medianas y pequeñas que fabrican productos de limpieza en Argentina y por tanto, se recomienda ser cauteloso en la aplicación de dichos criterios y aplicarlos siempre con algún sistema de gradualidad y/o como incentivos en la valoración del oferente previo a establecer su obligatoriedad.
- 3- En relación a los criterios sociales se observa que las empresas están en condiciones de integrar criterios de inclusión dada la existencia de la Ley 25.689 de Inclusión laboral de discapacitados, sin embargo, para los demás criterios sociales (igualdad de género, grupos vulnerables, comunidad local y pueblos originarios) se proponen a mediano plazo, por la estructura de la industria. Es así como resulta indispensable el trabajo conjunto de las empresas, asociaciones y cámaras del rubro con los organismos del estado como el Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social, que lleva adelante iniciativas propias para la integración de la mujer y apoyo a grupos vulnerables, desarrolla políticas y líneas de acción con otras áreas del Estado, con representantes de trabajadores y empleadores, con el apoyo de la Comisión para el Trabajo con Igualdad de Oportunidades (CTIO), la Coordinación de Equidad de Género e Igualdad de Oportunidades en el Trabajo (CEGIOT) y la Organización Nacional de Pueblos Indígenas en Argentina (ONPIA).

A continuación, se resumen los criterios ambientales que son recomendados para el corto, mediano y largo plazo, donde será necesario un trabajo con la industria nacional de la categoría de productos químicos de limpieza:

Tabla n° 9. Propuesta de Criterios Sustentables para Químicos de Limpieza.

Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
<ul style="list-style-type: none"> • Características del Envase (Reciclable). • Otras Sustancias Restringidas (APEO). • Manejo del Agua en el Proceso de Fabricación. • Manejo de la Energía en el Proceso de Fabricación. • Información Disponible en la Etiqueta del Envase u Otros Medios (peligros asociados y tratamiento, dosificación e información pública). • Inclusión Laboral (% discapacitados). 	<ul style="list-style-type: none"> • Fósforo Total. • Compuestos Orgánicos Volátiles. • Metales Pesados. • Fragancias. • Información Disponible en la Etiqueta del Envase u Otros Medios (instrucciones sobre reciclaje). • Igualdad de Género. • Inclusión Laboral (Infraestructura y participación). • Grupos Vulnerables. • Pueblos Originarios. • Comunidades Locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de Productos No Recomendados. • Producto Concentrado. • Características del Envase (Recargable). • Biodegradabilidad de Los Tensioactivos. • Otras Sustancias Restringidas (EDTA y NTA).

ANEXO 1: ORGANIZACIONES PARTICIPANTES EN EL TALLER

Los talleres “Diálogo con los Proveedores en Argentina” sobre la capacidad de incorporar criterios de sustentabilidad para el sector de productos de limpieza fueron realizados en las oficinas de la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI), el días 18 de octubre de 2016 y fueron organizados por el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentables, la Oficina Nacional de Contrataciones del Ministerio de Modernización, la Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI), el Ministerio de Producción, la Asociación Civil Generación PAR, el PNUMA y un consultor externo.

A continuación, se señalan los participantes de cada organización indicando las empresas participantes, quienes establecieron sus valoraciones y observaciones durante el desarrollo del taller.

ORGANIZADORES

Tabla n° 10. Organizadores del Taller

Organización	Cargo	Nombre
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable	Directora de producción Limpia y Consumo Sustentable de la Subsecretaría de Cambio Climático y Desarrollo Sustentable	Cecilia Hiriart y Alicia Moreno
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)	Coordinadora del proyecto SPPEL, en la Oficina Regional para América Latina y el Caribe	Mónica Borrero
Asociación Industrial de Productores de Artículos de Limpieza Personal, del Hogar y Afines (ALPHA-AI)	Gerente	Leonardo Mazzia
Cicloambiente Ltda.	Consultor Externo del PNUMA	José Manuel Melero

EMPRESAS Y OTRAS ENTIDADES QUE PARTICIPARON EN METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS.

QUÍMICOS DE LIMPIEZA

Tabla n° 11. Organizaciones Participantes para Químicos de Limpieza.

Organización	Nombre
Unilever	Luciana Garibaldi y Julieta Rodriguez
The Clorox Company	Lionel Prosper
Reckitt Benckiser	Claudio Camarero
Laboratorios Esme SAIC	Atilio Pozzobón

Organización	Nombre
Generación PAR	María Borysiuk y Héctor Iurisci
Secretaría de Modernización Administrativa del Ministerio de Modernización, Oficina Nacional de Contrataciones	Diego Cejudo

ANEXO 2: CRITERIOS EVALUADOS EN EL TALLER

Los criterios mencionados a continuación para papel de impresión y copiado, mobiliario de madera y químicos de limpieza, fueron definidos a base al estudio “Propuesta de criterios de sustentabilidad clave para el Sector: Papel de Impresión y Copiado, Mobiliario y Químicos de Limpieza.”

CRITERIOS AMBIENTALES

PRODUCTOS QUÍMICOS DE LIMPIEZA

Este sector corresponde a:

- Limpiadores de uso general: incluye productos de limpieza para el uso en las mesas, bancos, azulejos, ventanas, vidrio, espejo, paredes, pisos, alfombras y otras superficies fijas.
- Limpiadores Sanitarios: incluye productos de limpieza de uso en inodoros, baños y otras zonas húmedas;
- Detergentes lava vajillas a mano: incluye limpiadores para lavar los platos a mano.

Tabla n° 12. Criterios Ambientales Claves para Químicos de Limpieza.

Aspecto / Etapa del Ciclo de Vida	Criterio	Verificador
Tipo de Productos No Recomendados / Formulación del Producto – Uso – Fin de Vida Útil (Residuos Líquidos)	No se incluirán los siguientes productos en la oferta: (1) limpiadores sanitarios a base de cloro y ácidos fuertes para retrete (ej. ácido muriático) y limpiadores de baño con ácidos inorgánicos; (2) Ambientadores químicos; (3) Paños desechables y (4) aerosoles que tienen propelentes.	El oferente entrega un listado de sus productos ofrecidos indicando marca, nombre de producto, composición química del producto y uso, en conformidad con el criterio.
Producto Concentrado Transporte – Fin de Vida del Envase o Embalaje	El producto es entregado en una forma concentrada y con aparatos de dosificación precisos.	El oferente puede presentar la ficha técnica del producto junto con una descripción de los aparatos e instrucciones de dosificación.
Características del Envase Fin de Vida del Envase o Embalaje	El envase de plástico que contiene el producto químico posee alguna de las siguientes características: (a) es recargable para el fabricante, (b) Es reciclable para las condiciones locales.	El oferente entrega documentación sobre el envase primario (que contiene el producto) en conformidad con el criterio o presenta una muestra si fuera necesario. Para cumplir con el atributo “reciclable”, el oferente debe asegurarse e informar la manera en que el envase puede ser reciclado en los sistemas locales.
Fósforo Total Formulación del Producto – Fin de Vida Útil (Residuos Líquidos)	El producto en su forma de uso no supera un 0,5% del peso en fósforo total. <i>Nota: Concentración establecida por Green Seal</i>	Declaración del fabricante que su producto cumple con el criterio junto con medios de prueba como testeo de fósforo total de laboratorio reconocido.
Compuestos Orgánicos Volátiles (COV) Formulación del Producto – Uso	El oferente presenta productos que no contengan COV o cuya concentración no supere el 3,0% en peso en su forma de uso. <i>Nota: Concentración establecida por GECA (Australia)</i>	Productos que traigan etiqueta Ecologo (UL), Green Seal, European Ecolabel o Thai Ecolabel. Cualquier otro medio de prueba puede ser aceptado como: expediente técnico del fabricante, informe de testeo

Aspecto / Etapa del Ciclo de Vida	Criterio	Verificador
		por un laboratorio reconocido o declaración del fabricante.
Metales Pesados Formulación del Producto – Fin de Vida Útil (Residuos Líquidos)	Todos los productos de limpieza no poseen las siguientes concentraciones: Arsénico sobre 0,5 mg/l, Plomo sobre 0,5 mg/l, Cadmio sobre 0,1 mg/l, Cromo sobre 0,5 mg/l y Mercurio sobre 0,02 mg/l Nota: concentraciones establecidas por PNUMA.	Productos que traigan etiqueta Ecologo (UL), Green Seal o Thai Ecolabel. Cualquier otro medio de prueba puede ser aceptado como: expediente técnico del fabricante, informe de testeo por un laboratorio reconocido o declaración del fabricante.
Fragancias Formulación del Producto – Uso – Fin de Vida Útil (Residuos Líquidos)	El oferente evita la presentación de productos con fragancias o, en caso que se agreguen estos ingredientes, estos siguen el código de práctica de la IFRA (International Fragrance Association) ⁴ .	Productos que traigan etiqueta Green Seal, European Ecolabel, Ecologo o Nordic Swan. Cualquier otro medio de prueba puede ser aceptado como: expediente técnico del fabricante, informe de testeo por un laboratorio reconocido o declaración del fabricante.
Biodegradación de los Tensioactivos o Surfactantes. Fin de Vida Útil (Residuos Líquidos)	Todos los productos de limpieza solo contienen surfactantes (o tensioactivos) e ingredientes orgánicos que son aeróbicamente de fácil biodegradación (readily biodegradable). “Readily biodegradable” es definida bajo OECD Guidelines for Testing of Chemicals (301-A-F), pruebas de testeo ISO – ISO 9439, ISO 10708, ISO 10707 o ISO 7828 o Thai Standard para detergentes (TISI 578).	Listado de los surfactantes (o tensioactivos) e ingredientes orgánicos incluidos en cada producto. Estas sustancias se pueden verificar con alguno de los siguientes medios: (1) ingredientes que aparecen como fácilmente biodegradable en las bases de datos DID (Detergent Ingredient Database) de la Unión Europea, (2) Productos con ecoetiqueta Ecologo, Green Seal, European Ecolabel, Nordic Swan o Thai Ecolabel, (3) Cualquier otro medio de prueba puede ser aceptado como: expediente técnico del fabricante, informe de testeo por un laboratorio reconocido o declaración del fabricante.
Otras Sustancias Restringidas Fin de Vida Útil (Residuos Líquidos)	Todos los productos no contienen: ácido etilendiaminotetraacético (EDTA) y sus sales, ácido nitrilotriacético (NTA) y Alquilfenol etoxilatos (APEO) o derivados de los mismos.	Listado de productos a utilizar indicando marca, nombre del producto, uso que se le dará y declarando que no poseen estas sustancias. Los productos que poseen la etiqueta Ecologo, European Ecolabel o Nordic Swan cumplen automáticamente este criterio.
Manejo de la Energía en la Fabricación del Producto Fabricación del Producto	El fabricante del producto posee políticas y procedimientos eficaces de gestión de la energía y/o un programa de gestión de la energía adecuado.	Certificación ISO 50001 (Sistema de Gestión Energética), certificación sobre manejo energético equivalente o certificado de cumplimiento en programas de buenas prácticas relacionadas con el manejo de la energía en el proceso de producción de la pulpa de papel.

⁴ La IFRA es una asociación que fue fundada en 1973 en Ginebra para representar los intereses colectivos de la industria de las fragancias. Su principal objetivo es promover el disfrute seguro de fragancias en todo el mundo. Junto con el centro científico de la industria, RIFM (the Research Institute for Fragrance Materials), se aseguran que los estándares de sustancias de fragancias sean puestos en práctica, acorde a las recomendaciones científicas disponibles, y que las compañías miembros de IFRA estén de acuerdo con tales estándares. El código de práctica de la IFRA se compone de estándares de salud humana y ambientales. En el caso de los estándares ambientales, se han desarrollado estándares basados en peligros y en riesgos. Toda fragancia que sea determinada como persistente, tóxica o bioacumulativa (PBT) o muy persistente y muy bioacumulativa (vPvB), será prohibida. Además, los estándares de riesgos se basan en una evaluación usando el marco RIFM (Salvito, Senna and Federle, 2002). Se puede observar los estándares en www.ifraorg.org.

Aspecto / Etapa del Ciclo de Vida	Criterio	Verificador
		Además se acepta una declaración del director ejecutivo u otro representante autorizado del titular de la empresa fabricante acompañado de la documentación que describe las políticas de gestión de energía, procedimientos y programas; e incluye informes sobre el uso y gestión de la energía.
Manejo del Agua en la Fabricación del Producto	El fabricante del producto posee políticas y procedimientos eficaces de gestión del agua y/o un programa de gestión del agua adecuado.	Se acepta una declaración del director ejecutivo u otro representante autorizado del titular de la empresa fabricante acompañado de la documentación que describe las políticas de gestión del agua, procedimientos y programas; e incluye informes sobre el uso y gestión del agua.
Información Disponible en la Etiqueta del Envase u Otros Medios Uso – Fin de Vida Útil (Envase)	Se encuentra disponible la siguiente información: (1) En la etiqueta del envase, se mencionan los peligros asociados al producto en caso de contacto y su tratamiento de primeros auxilios. También se menciona la forma de almacenamiento. (2) En la etiqueta del envase, se entregan claras instrucciones de dosificación, aplicación y uso para lograr máxima eficiencia en su aplicación. (3) En la etiqueta u otro medio, se entregan instrucciones sobre la disposición (reciclaje) del envase o instrucciones en caso que el envase sea recargable. (4) En una página web oficial u otro medio abierto al público, está disponible documentación técnica u hoja de seguridad del producto.	El oferente deberá entregar lo siguiente: Para punto (1), (2) y (3), copia de la etiqueta, instrucciones de cuidado y otras informaciones del producto. Para el punto (4), documentación técnica y páginas web del producto o cualquier otro tipo de información que este libremente disponible para los clientes o el público en general.

CRITERIOS SOCIALES

A continuación, se presentan los criterios sociales propuestos para los países del Cono Sur, tales criterios pueden ser usados para los tres tipos de productos.

Actualmente existen 5 aspectos que son importantes desde el punto de vista social en las organizaciones y pueden ser utilizados de acuerdo a la situación del Cono Sur. Cabe mencionar que la mayoría de estos aspectos se relacionan con los estándares internacionales de trabajo (Convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo).

A continuación, se muestran estos aspectos junto con criterios y verificadores que pueden ser aplicados en los países del Cono Sur. Tales criterios y verificadores fueron obtenidos de varios decretos, cláusulas y orientaciones de compras públicas del país Vasco, España, Uruguay, Argentina, Australia, entre otros países. Posterior a la tabla, se presentan consideraciones importantes para poder establecer las especificaciones de los criterios. Tales especificaciones serán determinadas por cada país del Cono Sur.

Tabla n° 13. Criterios Sociales Claves

Aspectos	Criterio	Verificador
Igualdad de Género	<p>Porcentaje (%) de mujeres que el oferente se compromete a emplear laboralmente para la prestación del contrato.</p> <p><i>Nota: Pueden generarse dos enfoques en este criterio: (1) Establecer un porcentaje (%) mínimo y (2) Que el oferente declare un porcentaje (%), para que luego el organismo público de la compra, pueda normalizar (asignar puntaje) en función de más alta proporción (%) declarada.</i></p>	<p>Durante el proceso de postulación se recomienda una declaración jurada simple sobre la proporción de mujeres que se emplearán laboralmente para la prestación del contrato.</p> <p>Una vez adjudicado, documentación laboral sobre las mujeres contratadas por el proveedor en conformidad con su declaración jurada.</p>
	<p>¿La empresa oferente tiene igualdad de remuneración entre hombres y mujeres considerando sueldos base y cargos similares?</p>	<p>Declaración jurada del proveedor que cumple con el criterio.</p>
	<p>¿La entidad oferente cuenta con una política, plan y/o programa en materia de igualdad de género que se compromete a aplicar a la plantilla que ejecutará el contrato (también se puede considerar para plantillas permanentes de empresas)?</p>	<p>Declaración jurada del proveedor que cumple con el criterio y política, plan o programa en materia de igualdad de género.</p>
Inclusión Laboral (Discapacitados)	<p>Si la empresa emplea a un número de X o más trabajadores, estarán obligadas a que al menos el X% sean trabajadores con discapacidad.</p>	<p>Una declaración jurada del proveedor que cumple con el criterio y además, documentos que acrediten la discapacidad de los trabajadores y su vínculo con la empresa proveedora durante la duración total del contrato.</p>
	<p>El proveedor se compromete, en la medida de lo razonable, a realizar los ajustes solicitados por las personas con discapacidad, para neutralizar los efectos restrictivos de un ambiente de trabajo y hacerlo apropiado para la participación de personas con discapacidad.</p>	<p>Una declaración jurada del proveedor indicando las medidas ya realizadas y las medidas por realizar en sus operaciones para mejorar el ambiente de trabajo de las personas con discapacidad.</p>
Grupos Vulnerables	<p>Porcentaje o número determinado de trabajadores en situación de vulnerabilidad que el licitador debe tener en su plantilla o que se compromete a contratar para la ejecución del contrato.</p>	<p>Una declaración jurada del proveedor que cumple con el criterio y además, documentos que acrediten la vulnerabilidad de los trabajadores y su vínculo con la empresa proveedora durante la duración total del contrato.</p>
Pueblos Originarios	<p>Las licitaciones (de bienes, servicios u obras) a ser realizadas en áreas con una población indígena significativa y cuyo monto sea superior a los (X monto) serán destinadas y/o reservadas exclusivamente para las empresas formadas por grupos o personas indígenas</p>	<p>Una declaración jurada del proveedor que cumple con el criterio y además, documentos que acrediten que la empresa fue formada por grupos o personas indígenas durante la duración total del contrato.</p>
Comunidades Locales	<p>¿Cuenta con un programa de apoyo a las comunidades colindantes a sus operaciones?</p>	<p>Se aceptará cualquier programa de apoyo a comunidades en áreas de educación, deporte, salud, infraestructura, vivienda entre otros.</p>

Consideraciones sobre Aspecto Inclusión Laboral

Para el caso del criterio que establece un porcentaje de trabajadores con discapacidad en la empresa, se recomienda considerar los siguientes aspectos al momento de definir criterios de inclusión laboral:

- **Margen de Requerimiento (%):** Porcentaje de trabajadores con discapacidad que deberán ser contratados por la empresa. Por ejemplo, a continuación, se señalan que mediante leyes y decretos se establecen obligaciones sobre el porcentaje de discapacitados que debe haber en las empresas y/o sector público: Italia (7% para empresas sobre 50 trabajadores), Francia (6% para empresas con más de 20 trabajadores), España (2% para empresas con más de 50 trabajadores) y Argentina (4%).

- Periodo de Referencia: Plazo previsto a considerar para el cómputo del porcentaje de personas con discapacidad contratados por la empresa. Por ejemplo, el período de referencia serán los 12 meses inmediatamente anteriores, durante los cuales se obtendrá el promedio de trabajadores empleados. Sobre ese promedio se calculará el porcentaje de trabajadores con discapacidad contratados.
- Número de trabajadores de la empresa: Número mínimo de trabajadores por empresa a partir del cual se exigirá la contratación de personas con discapacidad (véase ejemplo de “Margen de Cumplimiento”).
- Ámbito de aplicación: Contrataciones y condiciones a las cuales se aplicará el requerimiento. Por ejemplo: “El ámbito de aplicación de este requerimiento será a los contratos de (Obras y Servicios), siempre que la cuantía de los contratos sea igual o superior a (150.000 euros) y el plazo estimado de ejecución sea igual o superior a (9 meses)”.
- Formas de contratación laboral: Tipos de contratos laborales (indefinido, fijo, parcial, por faena, entre otros) que serán considerados en el cómputo del porcentaje de personas con discapacidad contratados por la empresa. Por ejemplo: “El cómputo del porcentaje de trabajadores con discapacidad se realizará sobre la plantilla total de la empresa correspondiente, cualquiera que sea el número de centros de trabajo de aquella y cualquiera que sea la forma de contratación laboral que vincule a los trabajadores de la empresa”.
- Grado de Discapacidad: Grado de discapacidad mínimo requerido para dar cumplimiento con el indicador. Por ejemplo: “La discapacidad computable para los efectos de este requerimiento es la reconocida y acreditada en un grado igual o superior al 33%”.
- Recursos de verificación: Documentos requeridos para el cumplimiento del indicador. Por ejemplo: Certificado de inscripción en el Registro Nacional de la Discapacidad.

Consideraciones sobre Grupos Vulnerables

- A nivel internacional, los grupos o personas en situación de vulnerabilidad, corresponden, entre otros, a las siguientes personas: Las personas perceptoras de una renta básica, Las mujeres mayores de 30 años para las cuales una contratación sea su primera experiencia laboral, así como aquellas contratadas después de cinco años de inactividad, las víctimas de violencia doméstica, personas con discapacidad física y mental, El padre o la madre de una familia monoparental o monomarental, Las personas inmigrantes inscritas como desempleadas, Las personas desempleadas de larga duración, Las personas mayores de 45 años inscritas como parados, Las personas jóvenes desempleadas, Las personas procedentes de instituciones de protección de menores, Personas ex alcohólicas y ex drogadictas, Personas internas en centros penitenciarios y ex reclusos que carezcan de cualquier contrato de trabajo y cuyo régimen penitenciario les permita acceder a un puesto de trabajo.
- Se debe definir el Ámbito de aplicación: Contrataciones y condiciones a las cuales se aplicará el requerimiento (tipo de licitación, monto y plazo de ejecución).
- Consideraciones de Jóvenes desempleados: Jóvenes desempleados entre (16 y 30) años de edad, Período de desempleo entre (5 y 12 meses continuados) y Acreditación de condición de joven desempleado.
- Consideraciones de Trabajadores desempleados de larga duración: Persona desempleada durante al menos (6, 12 meses o más), Acreditación condición de desempleado de larga duración, Contratación de personas desempleadas de larga duración en función del monto del contrato.
- Consideraciones de Trabajadores mayores: Persona desempleada mayor de (45 años de edad), Persona desempleada por al menos (3 meses continuados) y Acreditación condición trabajador mayor desempleado.

Consideraciones sobre Pueblos Vulnerables

- Beneficiarios con la ejecución del contrato. Ejemplos de Canadá: La reserva exclusiva de contratos para empresas indígenas se aplica a todos los contratos que sirvan a una población principalmente indígena (es decir, al menos un 80% de la población debe ser indígena), o que los indígenas sean los destinatarios del bien.

Monto de la licitación a reservar: Rango de valor de las licitaciones que serán reservadas para las empresas formadas por personas indígenas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Muebles ACHON. (Febrero de 2016). *Materia Prima*. Obtenido de Sitio Oficial ACHON:
<http://www.achon.com.py/calidad/materia-prima>
- 5 días. (Agosto de 2011). *Reporte: Metal Mad gana mercados*. Obtenido de Noticias 5 días:
<http://www.5dias.com.py/4139-metal-mad-sa-gana-mercados>
- Actiu. (Julio de 2016). *Política de Calidad y Medioambiente*. Obtenido de <https://www.actiu.com/es/acerca-de/Politica-de-calidad-y-medioambiente>
- Activos, A. (Julio de 2016). *Información General*. Obtenido de <http://www.archivosactivos.com/quienes-somos/>
- Activos, A. (Julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.archivosactivos.com/conciencia-ambiental/>
- ADS Industrial y Comercial. (Febrero de 2016). *Productos*. Obtenido de Sitio Oficial ADS:
<http://adsweb.com.py/productos.php>
- Alamo S.A. (Febrero de 2016). *Historia de la Empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Alamo S.A.:
http://www.alamo.com.py/alamo_cuadernos/historia.php
- Ambiental, S. N. (Junio de 2016). *Auditoria Ambiental Celulosa Arauco*. Obtenido de
http://www.sinia.cl/1292/articles-35172_auditoria_fase02.pdf
- Argentina, A. (Julio de 2016). *Historia*. Obtenido de
http://www.arauco.cl/informacion.asp?idq=1224&parent=1219&ca_submenu=1220
- Argentina, A. (Julio de 2016). *Productos*. Obtenido de
<http://www.arauco.cl/informacion.asp?idq=1223&parent=0&idioma=37>
- Argentina, A. F. (Julio de 2016). *Empresas Forestales*. Obtenido de <http://afoa.org.ar/asociados.php>
- Argentina, C. (Julio de 2016). *Proceso*. Obtenido de
http://www.celulosaargentina.com.ar/_CelulosaArgentina/index.php?p=contenidos&id_contenido=23&id_unidad=13
- Argentina, C. (Junio de 2016). *Responsabilidad social*. Obtenido de
http://www.celulosaargentina.com.ar/_CelulosaArgentina/index.php?p=contenidos&id_contenido=48&id_unidad=10
- Argentina, C. (Julio de 2016). *Superficie y Manejo Forestal*. Obtenido de
http://www.celulosaargentina.com.ar/_CelulosaArgentina/index.php?p=contenidos&id_contenido=29&id_unidad=15
- Argentina, C. d. (Julio de 2016). *General*. Obtenido de <http://www.ciqyp.org.ar/>
- Argentina, C. Q. (Julio de 2016). *Información gral*. Obtenido de <http://www.centralquimica.com.ar/>
- Argentina, R. B. (Julio de 2016). *Contacto*. Obtenido de <http://www.rb.com/offices/argentina/>

Asociación Forestal Argentina, A. (Julio de 2016). *Informe exportaciones*. Obtenido de file:///C:/Users/Maria%20Jose/Downloads/Informe%20AFoA%20Exportaciones%20de%20base%20forestal%202010-2015.pdf

BASE BASE. (Febrero de 2016). *La Empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Base Base: <http://www.basebase.com.py/basebase.php>

Benckiser, R. (Julio de 2016). *Fragancias*. Obtenido de <http://www.rbnainfo.com/productpro/fragrances.jsp>

Benckiser, R. (Julio de 2016). *Reportes Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.rb.com/responsibility/policies-and-reports/>

Benckiser, R. (Julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.rb.com/responsibility/>

Bio, P. B. (Junio de 2016). *Productos*. Obtenido de <http://www.papelesbiobio.cl/productos.html>

Box, G. (Julio de 2016). *Muebles Oficina*. Obtenido de <http://www.greenboxmuebles.com.ar/muebles-oficina>

Brenkier. (Julio de 2016). *Información General*. Obtenido de <http://www.brenkier.com.ar/index.php>

Cavallaro. (Febrero de 2016). *Sobre Nosotros*. Obtenido de Sitio Oficial Cavallaro: <https://www.cavallaro.com.py/es/nosotros>

Center, I. T. (Julio de 2016). *Exportaciones e Importaciones*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

Chozas, R. (Julio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.ramonchozas.com.ar/calidad-seguridad.php>

Chozas, R. (Julio de 2016). *Resmas Húsares*. Obtenido de <http://www.ramonchozas.com.ar/resmitas.php>

CMPC. (Junio de 2016). *CMPC*. Obtenido de <http://www.cmpc.cl/>

Company, N. (s.f.). *Certificaciones*. Obtenido de <http://en.thenavigatorcompany.com/Sustainability/Certifications>

Company, S. J. (julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de pagina web SC Johnson: <http://www.scjohnson.com.ar/sustentabilidad/Pages/Sustentabilidad-ambiental.aspx>

Company, T. N. (Junio de 2016). *Explorer*. Obtenido de <http://www.explorer-paper.com/explorer/>

Company, T. N. (Junio de 2016). *Inacopia*. Obtenido de <http://inacopia-paper.com/>

CONAF. (Junio de 2016). *Sector Forestal*. Obtenido de http://www.conaf.cl/wp-content/files_mf/1382992046CONAFporunChileForestalSustentable.pdf

CORMA. (Junio de 2016). *Exportaciones Forestales*. Obtenido de <http://www.corma.cl/perfil-del-sector/aportes-a-la-economia/chile-en-el-mercado-mundial>

Design, T. (Julio de 2016). *Garantía*. Obtenido de https://www.tempodesign.com.ec/56_0_garantia/

Dic Muebles. (Febrero de 2016). *Quiénes somos*. Obtenido de Sitio Oficial Dic Muebles: http://www.dicmuebles.com.py/?page_id=1918

Discovery. (Junio de 2016). *Logros medioambientales*. Obtenido de <http://www.portucel.pt/es/ecology/environmental-achievements.html>

Distriquim. (Julio de 2016). *Información gral*. Obtenido de <http://www.distriquim.com.ar/>

Diversey. (Agosto de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <https://sealedair.com/sustainability/climate-leadership-sustainability>

Droquimar. (Julio de 2016). *Productos*. Obtenido de <http://www.droquimar.com/catalogo.php#>

Ecolabel, B. A. (Septiembre de 2016). *Información general*. Obtenido de <https://www.blauer-engel.de/>

Ecovita, L. (Julio de 2016). *Marcas Blancas*. Obtenido de <http://www.ecovita.com.ar/#!marcas-blancas/d9gm1>

Edipac. (Junio de 2016). *Equalit*. Obtenido de <http://www.edipac.cl/equalit/equalit.html>

Edipac. (Junio de 2016). *Productos*. Obtenido de <http://www.edipac.cl/productos/productos.html>

Empresa Abba. (Febrero de 2016). *La empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Abba: <http://abba.com.py/la-empresa/>

Ergotec. (Junio de 2016). *Preguntas frecuentes*. Obtenido de <http://www.ergotecmuebles.cl/index.php/faq>

Ergotec. (Junio de 2016). *Proveedores*. Obtenido de <http://www.ergotecmuebles.cl/index.php/empresa/nuestra-fabrica>

Espacios, C. (Julio de 2016). *Información Gral. y Certificaciones*. Obtenido de <http://carvajalespacios.com/nuestra-empresa/nuestra-empresa/?pais=col>

FAIMA. (Septiembre de 2016). *Información*. Obtenido de <http://www.faima.org.ar/>

Farmacity. (Julio de 2016). *Información General*. Obtenido de <http://www.farmacity.com/>

Forma, I. (Julio de 2016). *Empresa*. Obtenido de <http://www.interieurforma.com.ar/empresa>

Gamble, P. &. (Julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de http://www.pg.com/es_LATAM/AR/sustentabilidad-p-and-g/productos.shtml

Giuliani. (Julio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.giuliani.com.ar/compania.php>

Giuliani. (Julio de 2016). *Linea Pórtico*. Obtenido de <http://www.giuliani.com.ar/mobiliario.php?id=14>

Guma, J. (Agosto de 2016). *Responsabilidad Social*. Obtenido de <http://www.joseguma.com/institucional/social.php>

Hardy SAECA. (Febrero de 2016). *La Empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Hardy: <http://www.hardysaeca.com/ct-menu-item-3>

ICEX. (Junio de 2016). *Estudio Mercado Muebles*. Obtenido de <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2015424120.html?idPais=CL>

Impacto S.A. (Febrero de 2016). *La Empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Impacto S.A.: <http://www.impacto.com.py/la-empresa.php>

Industrias Gráficas Nobel S.A. (Febrero de 2016). *Productos*. Obtenido de Sitio Oficial de Industrias Gráficas Nobel: http://www.nobel.com.py/productos/index.php#top_prod

International Papers. (Febrero de 2015). *Productos en Sudamérica*. Obtenido de Sitio Oficial International Papers: <http://www.internationalpaper.com/products/south-america/papers>

IRIS S.A.I.C. (Febrero de 2016). *Empresa - Quiénes Somos*. Obtenido de Sitio Oficial IRIS: http://www.iris.com.py/wp/?page_id=8

Italia, C. (Julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de http://www.caimi.com/docs/environment/44889_ambiente_ecologia.pdf

Johnson, S. (Julio de 2016). *Frangancias*. Obtenido de <http://www.whatsinsidescjohnson.com/us/es/fragrances-you-can-trust>

Johnson, S. (Julio de 2016). *Responsabilidad*. Obtenido de <http://www.whatsinsidescjohnson.com/us/es/responsibility>

Kappa, S. (Julio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.smurfitkappa.com/vHome/com/Sustainability/Performance/Certificates/Pages/Default.aspx>

Kappa, S. (Junio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.smurfitkappa.com/vHome/com/Sustainability>

Knoll. (Julio de 2016). *Aspectos sociales*. Obtenido de <https://knollcareers.silkroad.com/Knollcareersext/EmploymentListings.html>

Ledesma. (Julio de 2016). *Responsabilidad social*. Obtenido de <http://www.ledesma.com.ar/18/responsabilidad-social>

Ledesma S.A.A.I. (Febrero de 2015). *Papel y Cuadernos*. Obtenido de Sitio oficial Ledesma: <http://www.ledesma.com.ar/12/papel-cuadernos>

Levira. (Junio de 2016). *Levira*. Obtenido de <http://www.levira.pt/es>

Lignum. (Junio de 2016). *Superficie Forestal Chile*. Obtenido de <http://www.lignum.cl/2014/05/29/superficie-forestal-plantada-en-chile-equivale-18-veces-el-suelo-urbano-de-la-region-metropolitana/>

Linea, M. (Julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.mobellinea.es/accio/public/metode/empresa/id/30/p/x>

Los Reyes S.A.I.C. (Febrero de 2016). *Papeles*. Obtenido de Sitio Oficial Reyes S.A.I.C.: <http://www.losreyes.com.py/papeles.php>

Louis, V. &. (Julio de 2016). *Productos*. Obtenido de <http://www.cerasuiza.com.ar/es/productos/productos-de-limpieza-de-hogar-oficinas-industrias>

Makro. (Julio de 2016). *Mayorista Makro*. Obtenido de <https://www.makro.com.ar/>

Marcage. (Julio de 2016). *Marcage Interiores*. Obtenido de <http://www.marcageinteriors.com/index.html>

Mineria, M. d. (Octubre de 2016). *Ley 27.191 Energias Renovables*. Obtenido de <http://www1.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2015/PDF2015/SANCIONES/0100-S-2014d.pdf>

Mobili, E. (Julio de 2016). *Muebles oficina*. Obtenido de <http://www.equiparmobili.com.ar/>

Modernización, M. d. (Octubre de 2016). *Compras Públicas*. Obtenido de <https://comprar.gob.ar/>

Movicor S.A.C.I. (Febrero de 2016). *La Empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Movicor S.A.C.I.: <http://movicor.com.py/>

Muebles, M. (Julio de 2016). *Productos*. Obtenido de <http://www.mueblesdeoficinamax.com.ar/fabrica-de-muebles-de-oficina.html>

Muma. (Julio de 2016). *Muma*. Obtenido de <http://www.muma.co/internacional/esp/compania/quienes-somos>

Net, A. T. (Julio de 2016). *Empresas Muebles*. Obtenido de <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/docus/mueofi-1205-evene.pdf>

NowyStyl. (Julio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://en.nowystylgroup.com/sustainability>

Numacia. (Julio de 2016). *Garantía*. Obtenido de <http://www.numanciaweb.com.ar/faqs>

ODEPA. (Junio de 2016). *Exportaciones Forestales*. Obtenido de <http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/NodosExcelencia/SectorForestalChile.pdf>

Office, S. (Julio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://smart-office.com.ar/nosotros/>

OMP. (s.f.). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.ompchairs.com/gruppo-it.html>

Papel, A. F. (Julio de 2016). *Asociados*. Obtenido de <http://www.afcparg.org.ar/>

Papel, C. P. (junio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.carvajalpulpaypapel.com/sostenibilidad/>

Papel, C. P. (Junio de 2016). *Comunidad*. Obtenido de <http://www.carvajalpulpaypapel.com/sostenibilidad/comunidad/>

Paper, I. (Julio de 2016). *Aspectos sociales*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/careers/diversity-inclusion>

Paper, I. (Julio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/planet/sustainable-forestry/forest-and-fiber-certification>

Paper, I. (Julio de 2016). *Certificaciones*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/planet/policies-certifications/certificates>

Paper, I. (Julio de 2016). *Certificaciones HP*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/products/europe-middle-east-africa/papers/office-papers/hp/product-detail/hp-all-in-one>

Paper, I. (Julio de 2016). *Declaración Derechos Humanos*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/planet/policies-certifications/human-rights-statement>

Paper, I. (Julio de 2016). *Hammermill*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/products/na/papers/office-papers/hammermill/product-detail/hammermill-fore-mp>

Paper, S. (Julio de 2016). *certificaciones*. Obtenido de <https://www.stp.de/en/office-papers/data-sheetscertificates/certificate/>

Paper, S. (Julio de 2016). *Ecoetiquetados*. Obtenido de <https://www.stp.de/en/magazine-papers/eco-labels/>

Paper, S. (Julio de 2016). *Productos*. Obtenido de <https://www.stp.de/en/office-papers/range/evolutionwhite/>

Papers, A. (Junio de 2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.australianpaper.com.au/sustainability/environmental-sustainability/>

Pilar, C. (Julio de 2016). *General*. Obtenido de <http://www.celulosapilar.com.ar/>

Pindó. (Julio de 2016). *Productos*. Obtenido de <http://www.pindosa.com.ar/es/productos.php>

Prisa. (Julio de 2016). *FT Suzano y otros*. Obtenido de https://www.prisa.cl/catalog/default.php?cPath=1_13

Proavanti. (Junio de 2016). *Política de Calidad y Medioambiente*. Obtenido de <http://www.proavanti.com/>

Rosario, P. Q. (Julio de 2016). *Información gral*. Obtenido de www.prodquimicosrosario.com.ar/

S.A., P. P. (Julio de 2016). *General*. Obtenido de <http://www.papelprensa.com/PP-03.html>

S.A., R. (Octubre de 2016). *Productos Biodegradables*. Obtenido de <http://www.rolls.com.ar/home.html>

SC Johnson Company. (Febrero de 2016). *Nuestras Fragancias por Producto*. Obtenido de Sitio Oficial SC Johnson Company: <http://www.whatsinsidescjohnson.com/us/es/fragrances-you-can-trust>

Silvestri Muebles. (Febrero de 2016). *La empresa*. Obtenido de Sitio Oficial Silvestri: <http://www.silvestrimuebles.com/?pag=laempresa>

SOFOPA. (Junio de 2016). *Exportaciones e importaciones*. Obtenido de <http://web.sofopa.cl/informacion-economica/indicadores-industriales/centro-de-estadistica/>

Sofopa. (Junio de 2016). *Informe Comercio Exterior*. Obtenido de http://app.sofopa.cl/BIBLIOTECA_Archivos/Estudios/2010/12/IEI-dic10.pdf

- Superbrill. (Julio de 2016). *Información gral.* Obtenido de <http://www.quimicasuperbrill.com.ar/>
- Suzano. (Julio de 2016). *Certificaciones Suzano.* Obtenido de <http://www.suzano.com.br/portal/suzano-papel-e-celulose/certificacoes.htm>
- Suzano. (Julio de 2016). *Politica RS.* Obtenido de <http://www.suzano.com.br/portal/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=2C90884B32A022DE0132B09B10C5091F>
- Swan, N. (Septiembre de 2016). *Ecolabel.* Obtenido de <http://www.nordic-ecolabel.org/criteria/product-groups/>
- The Clorox Company. (Febrero de 2016). *Nuestras Marcas.* Obtenido de Sitio Oficial The Clorox Company: www.clorox.com.ar/nuestras-marcas-poett.php
- Trade, A. (Julio de 2016). *Mercado Muebles.* Obtenido de [http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Informe%20Sectorial%20de%20la%20Madeira%20\(actualizacion\).pdf](http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Informe%20Sectorial%20de%20la%20Madeira%20(actualizacion).pdf)
- Tucumán, P. (Julio de 2016). *Certificación FSC.* Obtenido de <http://www.papeleratucuman.com.ar/medioambiente/index.html>
- Tucumán, P. (Julio de 2016). *Compromiso social.* Obtenido de <http://www.papeleratucuman.com.ar/compromisosocial/index.html>
- Tucumán, P. (Julio de 2016). *Productos.* Obtenido de <http://www.papeleratucuman.com.ar/productos/index.html>
- Unilever. (Julio de 2016). *Reporte de Sustentabilidad.* Obtenido de https://www.unilever.com.ar/Images/unilever-slp-brochure-castellano-2_tcm1287-482102_en.pdf
- Valo. (Julio de 2016). *Sustentabilidad.* Obtenido de http://www.valofurniture.com/environmental/bifma_level.pdf
- Zucamor, G. (Julio de 2016). *Certificaciones.* Obtenido de <http://www.grupozucamor.com/sistemaIntegradoDeGestion.php>