

Empresa y medio ambiente: un mapa en clave verde

Considerado hasta ahora más como una cuestión de *branding*, el compromiso para el cuidado del entorno está cambiando de foco en el mundo empresarial local. Las señales que llegan desde las compañías.

Por María Agustina Rato

La escasez de recursos naturales, el aumento en el consumo de energías no renovables y el calentamiento global imponen un nuevo desafío a las empresas: cambiar su actual modelo de negocio por uno sustentable, que respete y proteja el medio ambiente. No solamente para responder a las demandas de transparencia del mercado, sino también para comenzar a construir la única alternativa posible para su propia supervivencia.

No es casual, entonces, que, en los últimos años, el medio ambiente cobre cada vez más relevancia en la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de muchas organizaciones. Estas impulsan

transformaciones en los procesos de producción y promueven actividades de concientización y educación ambiental, en alianza con ONG's y las comunidades.

Si bien, en la Argentina, de acuerdo a la edición 2011 del International Business Report de la consultora Grant Thornton, la mayor parte de las empresas (88%) considera que el factor determinante en la gestión de la RSE es la opinión pública, seguido por la administración de costos (69%), el peso del medio ambiente creció notablemente respecto de la medición anterior, en 2008. "La última encuesta había registrado que estas acciones eran una prioridad para el 40% de las empresas. Hoy, esa cifra aumentó al 63%.





Es un avance importante, aunque queda mucho por recorrer", explica el director de Marketing y Comunicación para Latinoamérica y el Caribe de Grant Thornton, Javier Martínez.

El director General de la Fundación Vida Silvestre, Diego Moreno, comparte esa visión: "En muchos casos, el medio ambiente tiene que ver con una cuestión de branding, pero vemos ciertas señales que indican que el cambio está en marcha. Empresas que no se quedan en acciones de marketing puntuales sino que incorporan la dimensión medioambiental al desarrollo cotidiano de su negocio; hay cada vez más mecanismos de certificación de buenas prácticas, que permiten al consumidor saber cómo fue hecho ese producto", asegura.

¿Qué empresas están trabajando la dimensión medioambiental de su RSE en la Argentina? A grandes rasgos, suelen ser multinacionales que trazan planes de sustentabilidad globales, realizan reportes anuales, auditan sus programas y que cada filial baja luego a su operación. Desde hace dos años comenzaron a sumarse pequeñas y medianas empresas, e iniciativas locales impulsadas junto con la comunidad. El abanico de acciones es amplio y varía de acuerdo a la profundidad con la que se diseñan y ejecutan los programas. Sin embargo, los especialistas consultados distinguen cinco grandes grupos: las iniciativas que ponen el acento en la reducción de las emisiones de dióxido de carbono, en la disminución del consumo de recursos como agua y energía, la gestión de residuos y la protección de la biodiversidad.

Aquí, algunos casos representativos de estas tendencias, con opiniones de expertos sobre buenas prácticas, errores comunes y posibles soluciones para un mejor desarrollo de la dimensión medioambiental en la RSE.

Programas globales

La reducción y compensación de las emisiones de gases es una de las acciones clave de la vanguardia en los países más desarrollados. En la Argentina, la transportista alemana DHL implementa su opción de en-



vío GoGreen, la cual mide emisiones de dióxido de carbono e identifica las oportunidades para minimizarlas. Las compensaciones se realizan a través de un programa corporativo de compra de créditos de carbono, en proyectos cuyo impacto es auditado. "Entre 2007 y 2010, tuvimos avances significativos, con una reducción de emisiones del 31%, sustituyendo aeronaves, reemplazando parte de la flota de transporte por tierra y realizando pruebas de tecnologías alternativas", explica el vicepresidente de la división GoGreen de DHL para América, Alejandro Palacios. La firma cuenta con 520 empleados a nivel local y, en 2010, reportó ingresos globales por 51.000 millones de euros.

Otro caso global paradigmático es el de la multinacional Coca-Cola, que acaba de presentar en la Argentina PlantBottle, un nuevo envase eco friendly. "El proyecto llevó años de investigación. El envase es 100% reciclable, se produce con un 30% de materiales de origen vegetal y permite reducir la dependencia de fuentes fósiles no renovables como el petróleo", cuenta Silvina Blanco, gerente de Asuntos Públicos y Comunicaciones de filial local. A la iniciativa se suman otras, como la optimización de insumos en el proceso de fabricación de envases: permitió la reducción de 808 toneladas de resina de PET en 2010 en el país.

Aunque en menor medida, existen iniciativas surgidas a nivel local. Es el caso de Dow Argentina (1.300 empleados y una facturación anual de u\$s 1.607 millones) que, luego de identificar las principales necesidades de la ciudad de Bahía Blanca, donde funcionan sus principales plantas, elaboró, en 2010, un plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GRISU), con el Centro de Innovación Social de la Universidad de San Andrés como socio estratégico, además de la participación de organizaciones civiles y organismos de gobierno locales.

Consumo de agua

En las industrias que hacen uso intensivo del agua, se vuelve necesario impulsar transformaciones tecnológicas en los procesos productivos que permitan más eficiencia. Así lo hizo la fabricante de bebidas CCU que, con 1.300

empleados y una facturación de \$1.244 millones, en 2010, elabora en el país las cervezas Schneider, Imperial, Heineken y Budweiser. Tras ajustar procesos, logró disminuir un 26% el uso de agua, hasta alcanzar un promedio de 7,7 litros por litro de cerveza. "En nuestro plan de sustentabilidad, nos propusimos como meta bajar otro 33%, a 4,5 litros por litro producido, en 2020. Para eso invertimos u\$s 80.000 en la compra de caudalímetros, que permiten medir en detalle los consumos y detectar oportunidades de mejora", explica Ricardo Olivares Elorrieta, gerente de Recursos Humanos, Asuntos Corporativos y Legales.

Una de las empresas con más trayectoria en programas de reducción del consumo de agua es Nestlé. Desde 1998, trabaja con indicadores para el uso adecuado del agua por tonelada producida y se fijaron objetivos anuales de reducción. El resultado: entre 1998 y 2009, indica la gerente de Comunicaciones Externas de Nestlé Argentina Lucía Abdala, el consumo de agua disminuyó un 72% por tonelada producida.

Por su parte, Unilever (4.500 empleados y \$ 5.750 millones facturados en 2010) puso el acento en la reducción del consumo de agua en sus metas hacia 2020. "En la planta de Tortuguitas, funcionan dos nuevos sistemas, el de sanitización y el de lavado, ambos ecoeficientes; mientras que en la planta Mendoza, se vuelca el 100% del agua del lavado de vegetales al cauce público de riego", dice Tarcisio Mulek, coordinador de Sustentabilidad y Responsabilidad Empresarial de Unilever.

Hacia la eficiencia energética

¿Es posible reducir el consumo de energías no renovables en la in-



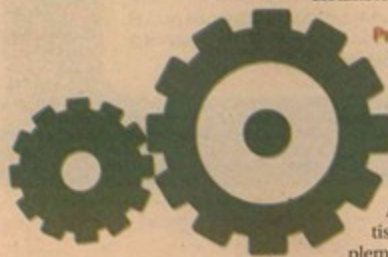
dustria? El caso de la Cervecería y Maltería Quilmes, que emplea a 4.850 personas, indicaría que sí. Los cambios introducidos en los procesos de producción desde 2008 permitieron disminuir el consumo anual de esta energía en más de un 80%. En Maltería Tres Arroyos, por ejemplo, se instaló un motor que produce electricidad a partir de los gases naturales que libera el proceso de tostado de la cebada, bajando un 35% el consumo de gas natural y un 60% el de energía eléctrica. En las plantas de Zárate y Corrientes se reemplazó gran parte del consumo de gasoil por biomasa, combustible natural que se obtiene a partir del aserrín que desecha la industria maderera.

Por su parte, la compañía aseguradora Zurich también desarrolla un programa de eficiencia energética en el país, aunque más enfocado en crear conciencia sobre la importancia de su cuidado entre los empleados. Entre otras acciones, la empresa

63%

de las empresas locales consultadas por la consultora Grant Thornton, considera a las acciones de medio ambiente una prioridad. Hace tres años era el 40%.

Fuente: International Business Report 2011



¿Cómo se debe trabajar el medio ambiente en la RSE?

- Hacer un análisis integral del negocio y medir los impactos ambientales.
- Detectar las oportunidades de mejora.
- Establecer metas claras y realistas de mediano plazo.
- Identificar qué procedimientos pueden garantizar la concreción de esas metas.
- Elaborar los programas de acción y monitorear su ejecución.
- Involucrar a todo el personal y a los integrantes de la cadena de valor.

Fuente: entrevistas realizadas para esta nota

¿Cuáles son las acciones medioambientales más comunes?

- Ahorro de recursos como agua, energía y combustibles.
- Reducción y compensación de emisiones de dióxido de carbono.
- Reciclaje y tratamiento de residuos.
- Protección de la biodiversidad.
- Difusión y educación del cuidado del medio ambiente al interior de la empresa y en la sociedad.



programó el encendido y apagado de los aires acondicionados de acuerdo a la estación del año, redujo el horario de encendido y apagado de los carteles exteriores y las luces perimetrales de su sede. Todo redundó, indica Nicolás Federico, responsable de RSE y Voluntariado Corporativo, en una baja en el consumo de energía del 10%, entre 2009 y 2010.

Efluentes y gestión de residuos

La basura está directamente relacionada con rellenos sanitarios que degradan el suelo y contaminan los cursos de agua, y con los basurales a cielo abierto, asociados a problemas de salud y marginalidad. Las empresas son parte del problema, pero también pueden ser parte de la solución. Así lo demuestran iniciativas como la de

la avícola entrerriana Las Camélias. Con un inversión de \$ 3 millones y la asistencia del INTI, la compañía que emplea a 1.000 personas puso en marcha un sistema para el tratamiento integral de efluentes, un separador que permitió mejorar del 70% al 95% la recuperación de grasas del agua y un biodigestor para generar biogás a partir de las emisiones de metano, que cubre el 10% del consumo energético.

Por su parte, el programa de gestión del medio ambiente de Kimberly-Clark también contempla la gestión de residuos. En su planta de Bernal, se implementó un sistema de reutilización del 100% de los lodos (1.600 toneladas) en la fabricación de ladrillos para la construcción, mientras que en las aéreas administrativas se desarrolló una campaña de reciclaje de papel y de residuos tóxicos y peligrosos, en la que se recolectaron 67 kilos de pilas y baterías, para ser tratadas antes de su disposición final. Con una dotación de 1.275 empleados en la Argentina, la compañía factura \$ 1.262 millones anuales.

Otro que trata de aprovechar los beneficios de una gestión inteligente en este sentido es IBM. Con el programa Construyendo un Barrio Más Inteligente, la compañía promueve desde 2009 la gestión y el reciclado de residuos sólidos orgánicos e inorgánicos produ-

cidos en los edificios aledaños a las instalaciones de IBM Argentina, en Olivos, en alianza con la cooperativa de cartoneros El Álamo y Biociclo. Alejandro Toscano, responsable de Ciudadanía Corporativa, destaca entre los resultados "el reciclado de 900 kg de papel, lo que equivale a evitar la tala de 18 árboles".

La alimentaria Kraft Foods, que factura en todo el mundo, con 12 marcas y 140.000 empleados, u\$s 49.200 millones, se impuso hace un lustro un plan de sostenibilidad, cuyos resultados se conocieron recientemente. En basa a este, la filial local logró reducir en su planta de Pacheco el volumen de residuos que van a relleno sanitario en más de un 60%. "Son estos resultados los que nos impulsan a redoblar nuestro compromiso", resume Pedro López Matheu, director de Asuntos Corporativos y Gubernamentales de Kraft Cono Sur.

Conservación de los bosques

Los programas de protección de bosques comenzaron a implementarse en un pequeño grupo de empresas, casi siempre, en alianza con ONGs. Entre estas compañías, se encuentran el Banco Galicia y el HSBC.

Galicia, que facturó \$ 469,1 millones en 2010 y emplea a 5185 personas, trabaja a través del Fondo para la Conservación Am-

biental, creado en 2010, mediante el cual colabora con la comunidad científica y organizaciones de la sociedad civil para desarrollar proyectos de investigación. El año pasado, se presentaron 162 proyectos sobre "conservación de bosques como ecosistemas", y se otorgaron seis estímulos de \$ 30.000 cada uno, para 2011.

En ese sentido, el banco HSBC Argentina, que cuenta con 5200 empleados, se alió con la Fundación Vida Silvestre para colaborar en conservación del Bosque Chaqueño, promoviendo el desarrollo de la comunidad local y la reforestación del área con especies autóctonas. También apoya el trabajo de la fundación en la conservación de la Reserva San Pablo Valdés.

Una iniciativa similar promueve Siemens Argentina. Con el objetivo de generar conciencia al interior de la empresa, en 2010, la firma invitó a sus colaboradores (y a sus familias) a un evento en la Reserva Ecológica de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el que se plantaron 30 ejemplares autóctonos. El proyecto se complementa con la preservación de 950 metros cuadrados de selva misionera, que la compañía lleva adelante junto a la Fundación Banco de Bosques.

"Falta una mayor conciencia de los beneficios de trabajar el medio ambiente en RSE y que la sociedad demande una producción y un consumo responsables. Además, una legislación que considere la cuestión ambiental, que hoy es voluntaria"

Diego Rivero, director de la Fundación Vida Silvestre.

