

## La estrategia medioambiental en la RSE

Diciembre de 2010

En la economía del mundo de las últimas décadas ha sido una tendencia real la preocupación por la variable medioambiental. Los productos y servicios que se venden no sólo deben satisfacer los balances finales de las compañías, sino que deben incorporar tanto en su producción como en su consumo “pensamiento verde”. Las empresas suecas observan y accionan sobre el fenómeno como un desafío, tanto para un posicionamiento estratégico comercial a largo plazo como en el interés por la supervivencia de las personas en su hábitat.

En la Cámara de Comercio Sueco Argentina nos sentimos participantes de este proceso de atención a la naturaleza, ya como una forma de nuestra identidad como país, ya como responsables de formar y ofrecer tendencia de nuestros proyectos comerciales y ambientales en la comunidad y mercados argentinos.

Identidad que se refuerza en autoridad, a partir del reconocimiento a **Estocolmo** como la primera ciudad en ser elegida capital del medio ambiente de Europa. El premio, otorgado en febrero de 2010, se logró por cumplir con los objetivos relacionados con la contribución local a la lucha contra el cambio climático y la contaminación acústica, y el desarrollo sustentable en los procesos de movilidad local y transporte de pasajeros, desarrollo de espacios verdes abiertos al público y gestión residencial.

Algunas de estas premisas de reflexión ecológicas no dejaron de plasmarse en el mercado sudamericano en estos meses, precisamente en Argentina, junto con los países que componen la región nórdica: **la Conferencia Nórdica de Tecnologías Limpias** se llevó a cabo el último 3 de noviembre en Buenos Aires. La embajadora de Suecia en Argentina, Charlotte Wrangberg, inauguró el evento en el Hotel Intercontinental con la participación de cerca de 300 personas, entre empresas, expertos en tecnología limpia, autoridades gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil de Dinamarca, Finlandia, Noruega, Suecia, Argentina y países limítrofes.

El objetivo de la conferencia<sup>1</sup> fue presentar las visiones, las experiencias y las soluciones nórdicas específicas en materia de tecnología limpia, como así también perfeccionar las bases de la cooperación bilateral. El evento no representó sólo una oportunidad de toma de conciencia sobre las nuevas exigencias que nuestro planeta nos demanda, sino también significó intercambiar ideas con posibilidad de desarrollo económico real y ecológico.

Las empresas que valoran la utilización del terreno, la calidad del agua y la necesidad de la humanidad de tener acceso a un aire limpio van a ser los ganadores a largo plazo. Esta es la firme creencia del investigador Oskar Villani, Presidente de SDI-Research en Viena (el Instituto para la Investigación del Desarrollo Sostenible),

---

<sup>1</sup> Declarada de interés nacional por la Secretaría General de la Presidencia de la Nación.

que realiza análisis de mercado, de tendencias y del futuro para clientes corporativos<sup>2</sup>.

Villani afirma que las primeras semillas de la tendencia medio ambiental se sembraron por el año 1972, cuando el científico Dennis Meadows y varios compañeros publicaron un informe titulado "Los Límites del Crecimiento". Fue la primera vez que se llamó la atención sobre los recursos limitados de la Tierra y sobre la necesidad de reducir la destrucción medio ambiental.

Tres compañías, miembros de nuestra Cámara, nos ofrecen su experiencia en desarrollo sostenido. Cada uno desde el aporte que su producto y servicio les demanda desde la responsabilidad en cuestión.

### **Vehículos con responsabilidad ecológica**

Uno de nuestros miembros, dedicado a ofrecer soluciones para el transporte desde hace más de 80 años, reconocidos como uno de los tres mayores fabricantes de camiones medios y pesados en el mundo, está comprometido en una economía de desarrollo de alcance ambiental.

La compañía tiene una larga tradición en cuanto a temas ambientales. Consideran todo el ciclo de vida de un producto, desde la extracción y el movimiento de los materiales, hasta métodos mejores y más sustentables en su fabricación, uso, procesamiento y reciclaje. De esa forma, están capacitados para crear soluciones de transporte más eficientes y sustentables.

Entre sus emprendimientos concretos hallamos su declaración detallada acerca del impacto de sus camiones en el medio ambiente, el único fabricante en el rubro que proporciona dicho servicio.

La **Declaración Medio Ambiental del Producto (EPD)** se lanzó en 2001, en conexión con el lanzamiento de nuevos modelos de camiones. Desde entonces el servicio EPD ha tenido un desarrollo constante, y hoy existen declaraciones medio ambientales para toda la gama de camiones de la compañía.

Esta información sobre la huella climática y medio ambiental de los productos de la compañía es accesible vía un servicio interactivo de su página web. Con ella, el propietario del camión puede hacer unos cálculos detallados de parámetros determinados como, por ejemplo, de la producción, desde la extracción inicial de los materiales crudos hasta el procesamiento de estos tanto en las fábricas de la compañía como en las de sus proveedores.

La herramienta EPD se divide en cinco secciones: materiales y producción, combustible, emisiones de escape, mantenimiento y la gestión de la retirada de servicio, es decir, el reciclaje.

El reciclaje es una parte importante del trabajo pro-medio ambiente. Hoy día se puede reciclar más de un 90 por ciento del camión y esa cifra va incrementándose.

---

<sup>2</sup> Declaraciones de Villani fueron extraídas de un artículo publicado en el sitio web de unas de nuestras empresas miembro.

En un nuevo modelo que ya está en el mercado, por ejemplo, el 97 por ciento del hierro fundido empleado en el camión proviene de hierro reciclado.

Otro proyecto concreto, con intenciones de marcar tendencia global, es el desarrollado por la compañía en Suecia. También primera en su rubro, se destaca en la **utilización de Bio-DME** (dimetil-éter) como combustible para sus vehículos. Con la inauguración en Estocolmo, el pasado 7 de septiembre, de una gasolinera de DME por parte del distribuidor Preem, los primeros cinco camiones propulsados por DME están operativos en las carreteras suecas. Bio-DME es un bio-combustible muy prometedor ya que, comparado con el gasoil, produce un 95 por ciento menos de emisiones de dióxido de carbono.

La prueba de campo tendrá lugar durante un periodo de dos años. El propósito es demostrar el potencial del DME, producido a partir de biomasa, para una inversión a gran escala. El proyecto engloba la cadena técnica completa desde la biomasa hasta el combustible, es decir, distribución, gasolineras, camiones y transportistas.

Este proyecto está financiado por el programa Seventh Framework de la Unión Europea, la Agencia Sueca de Energía y las empresas participantes.

### Proyectos de construcción con matices verdes

Uno de los grupos de construcción y servicios de infraestructura más grandes del mundo, con presencia en Europa, Estados Unidos y América Latina, con más de 130 años de trayectoria y con 12.000 proyectos en ejecución en 18 países, está convencido que ser desarrolladores de proyectos y ser ambientalmente responsables son roles absolutamente compatibles.

En pos de modernizar y de reorganizar sus recursos tecnológicos, optimizando costos y reduciendo el impacto medioambiental, virtualizaron en el último cuatrimestre de 2010 la información de los servidores de toda la Unidad de Negocios de la región latinoamericana. Así, lograron reducir en un 60% el costo de hardware y de redes, al mismo tiempo que minimizaron el consumo eléctrico y las emisiones de CO<sub>2</sub>.

Otro emprendimiento relacionado con la transparencia de información y el *management* corporativo, es la de clarificar los objetivos relacionados con el desarrollo sustentable medioambiental, en la búsqueda de transformarse a largo plazo en una compañía verde.

Para ayudar a definir “cuán verdes” son sus proyectos, especialistas en sustentabilidad han desarrollado la **Paleta de Colores de la organización (Color Palette™)**. Este mecanismo ilustra la transición de los proyectos hacia el verde y resulta una herramienta útil para establecer sus aspiraciones e identificar iniciativas y acciones de mejora que ayuden a alcanzar esa meta.

El punto de partida es el color vainilla, asignado a los proyectos que cumplen simplemente con las prácticas, códigos, estándares y regulaciones locales. Se designan como verdes a los proyectos que superan el cumplimiento legal, pero en donde lo que se construye y cómo se construye se acerca al objetivo de Cero impacto medioambiental. A su vez, el verde intenso fue definido para la medición del valor cero en los temas prioritarios para esta visión: energía, CO<sub>2</sub>, materiales y agua.

El objetivo de desarrollar proyectos que lleguen al verde intenso es que tengan “futuro garantizado”, es decir, que cumplan con las normas legales. Esta visión está relacionada con el proceso y con el producto final. La “promesa” al cliente, de esta manera, será que el proceso estará definido por Cero impacto medioambiental y Cero desperdicio (desechos). Y en cuanto a la “promesa” de producto: Cero derroche de energía, Cero emisión de CO<sub>2</sub>, Cero materiales peligrosos, Cero desperdicio de agua.

### **Envases: hacia la conciencia ambiental, luego del consumo**

Otro de nuestros miembros, brinda seguridad absoluta a los productores de alimentos, a partir de la fabricación de envases. Seguridad que todos los días llega a cada uno de los consumidores cuando eligen alimentos protegidos.

La empresa se instaló en el país en el año 1983 con la planta de fabricación local de material de envase en la provincia de La Rioja, la cual recibió la certificación ISO 9001 en 1996, y al año siguiente, la ISO 14.001.

Desde la Argentina, la fábrica atiende también al mercado de Uruguay y Chile. En 2007 se produjeron más de 2600 millones de envases para el envasado de leche, yogures, jugos, vinos y puré de tomate.

Su **Política Ambiental** describe el compromiso en todos los niveles de la cadena de consumo y producción, desde la selección y elaboración de las materias primas hasta el aporte a la conciencia del consumidor, a la hora de desechar el envase. De esta manera, podemos observar tres ejes de acción al respecto:

- **Cambio Climático:** tienen como objetivo reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en un 10% para el 2010 en comparación con el 2005, en términos absolutos. Su programa climático los ha calificado para ser parte del programa Salvadores del Clima de World Wildlife Foundation (WWF). En 2007 sus emisiones de CO<sub>2</sub> fueron 7% más bajas que en 2005, nueve plantas ya usan Certificados de Energía Verde/Renovable, y usan la misma cantidad de energía en la producción de material de envasado que en 2002 - aunque su producción se incrementó un 29% sobre el mismo período.
- **Forestación:** el objetivo medioambiental más importante de la compañía es que todo el papel de sus envases esté certificado según el más alto estándar, actualmente de la FSC (Forest Stewardship Council). Cien por ciento de sus fuentes han sido auditadas y resultaron aceptables. La cadena de custodia certificada (desde el árbol hasta la materia prima de cartón) abarca el 75% de su envase tipo, y el 46% de sus fuentes de bosques están certificadas como FSC o PEFC para la Sustainable Forest Management (Administración de Bosques Sustentables).
- **Reciclado:** en 2007 se reciclaron más de 22.000 millones de sus envases de bebidas, un 5% más comparado con 2006. Ha aumentado el número de plantas que reciclan cartón de envases de bebidas, y se han asociado con organizaciones comunitarias y empresas locales para incrementar la recolección y reciclado de sus envases en todo el mundo.

De entre las campañas ecológicas organizadas por la compañía se está desarrollando el proyecto **“Docentes: TP te invita a ser un multiplicador ambiental”**, el cual presenta un cuadernillo y una serie de fichas sobre la temática de los residuos, su reciclado y la importancia del cuidado del ambiente. Incluye contenidos básicos, ideales para el ámbito escolar, que permiten poner en práctica, junto a los estudiantes y a sus familias, esta tarea tan importante.

El cuadernillo de contenidos y sugerencias para el docente comprende informaciones sobre la gestión adecuada a los diferentes tipos de residuos, información sobre el ciclo de la basura, actitudes que protegen el medioambiente, la sostenibilidad de los envases de la compañía, entre otros temas.

También la empresa observa que colaborar y concientizar sobre la importancia de separar los residuos para su posterior reciclado es hacer de la investigación diaria sobre el tema, una herramienta informativa de concientización. La idea entonces es **compartir información** con agentes de transformación como son los Municipio de las ciudades, principalmente en tres temas que serán los pilares fundamentales para lograr una adecuada promoción del reciclado:

- Acondicionamiento del material segregado en la Campaña
- Regulación de los Residuos Sólidos Urbanos (RSU) en el nivel local
- Comunicación de la Campaña

Teniendo en cuenta esta necesidad, la empresa participó del 3er Congreso Interamericano de Residuos Sólidos de la Asociación Interamericana de Ingeniería Sanitaria y Ambiental (AIDIS), organizando una mesa redonda, **“Separación y Valorización de Residuos en Municipios”**, donde se propuso compartir y analizar las experiencias resultantes de distintos programas municipales en forma comparada.

## Observaciones

Los informes de Responsabilidad Social Empresaria que hemos presentado desde la Cámara de Comercio Sueco Argentina tienen el agrado de contar con diversidad de casos de cada una de nuestras compañías miembro, que por síntesis debemos buscar aquellas que son referenciales.

En este caso, de responsabilidad productivo-ambiental, las compañías en su mayoría comparten en sus prácticas ideas relacionadas con el desarrollo sustentable que pueden sintetizarse en los siguientes puntos<sup>3</sup>:

- Cumplir con toda la legislación y reglamentaciones aplicables.
- Asumir el compromiso de mejora continua de desempeño ambiental, prevenir y minimizar la contaminación resultante de las actividades de la empresa.
- Reducir la generación de residuos, reciclando todo cuanto sea razonable y asegurando un manejo responsable de los mismos.
- Capacitar a todo el personal para que realice sus actividades de una manera ambientalmente responsable.
- Responder a las inquietudes de la comunidad respecto al desempeño ambiental.

---

<sup>3</sup> Política Medioambiental de uno de nuestros miembros.



- Comunicar y difundir esta política a los empleados, proveedores y a la comunidad donde nuestra actividad se desarrolla.

Deseamos que esta manera de ver el comercio, se difunda, no sólo porque nos identifica como forma de hacer y pensar el mundo, sino porque de ella depende en gran medida el futuro del lugar donde vivimos.