INDICADORES AMBIENTALES Y EDUCACIÓN AMBIENTAL EN FUNCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

LIDIA GIUFFRÉ; L. BASSO y SILVIA RATTO[1]

Recibido: 23/06/08
Aceptado: 16/09/08

RESUMEN

Se realizó un análisis documental de las presentaciones voluntarias de 44 empresas signatarias del Pacto Global correspondientes al año 2005 en la red argentina. Los indicadores ambientales y el rol de la educación ambiental fueron las herramientas utilizadas para resumir las extensas comunicaciones. La educación apareció como una preocupación dentro de la responsabilidad social empresaria, considerando acciones de educación ambiental no formal e informal que se transmiten a la comunidad y al núcleo familiar de los trabajadores. Las evaluaciones de impacto ambiental y los problemas de salud ocupacional no se percibieron como temas relevantes pero se manifestaron acciones concretas con respecto a la gestión ambiental y la concientización comunitaria.

Palabras clave. Indicadores ambientales, educación ambiental, responsabilidad social empresaria.

ENVIRONMENTAL INDICATORS AND ENVIRONMENTAL EDUCATION AS A FUNCTION OF COMPANY SOCIAL RESPONSIBILITY

SUMMARY

A documentary analysis was performed in volunteer presentations of 44 enterprises that signed Global Pact, corresponding to year 2005 in argentine net. Environmental indicators and the role of environmental education were utilized to resume the broad presentations. Education appeared as a preoccupation into company social responsibility, considering non formal and informal environmental education actions that are transmitted to the community and familiar nucleus of workmen. Environmental impact evaluations and occupational health were not considered as relevant items but concrete actions were expressed in relation to environmental management and community consciousness.

Key words. Environmental indicators, environmental education, company social responsibility.

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos están a punto de romper el equilibrio de los sistemas ecológicos y nuestra especie se ha transformado en un factor determinante de los sistemas terrestres en los últimos 200 años (Ott, 2006). A su vez, el mayor protagonismo de los consumidores en la elección de productos provenientes de empresas con un comportamiento ético ha sido un motor transformador de la relación empresa-comunidad. Aparece una nueva fuerza dentro del mercado, que controla valores que no solamente están relacionados con la calidad de

[1] Facultad de Agronomía UBA. Av. San Martín 4453. 1417 Buenos Aires. Argentina.

los productos, sino también con empresas que ofrezcan condiciones dignas de trabajo, eliminen el trabajo infantil y aprecien la sustentabilidad global.

Uno de los instrumentos de política ambiental internacional es el Pacto Global, propuesto en 1999 por el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan. La fase operativa se inició en las Naciones Unidas en Nueva York el 26 de julio de 2000. El Pacto Global se propone aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad cívica de las empresas de modo que éstas puedan contribuir a la solución de los retos que plantea la globalización. Puede verse como uno de los primeros pasos hacia la Responsabilidad Social Empresaria y se basa en la promoción de diez principios de consenso general a nivel global (Pacto Global, 2006).

Los diez principios del Pacto Global se refieren en primer término al respeto de los derechos humanos por parte de las empresas y luego se enfatizan las relaciones laborales. Los principios 7, 8 y 9 se refieren a aspectos ambientales, apoyando el enfoque preventivo, promoviendo mayor responsabilidad ambiental y alentando el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente, y el décimo principio se refiere a la lucha contra la corrupción.

Los informes anuales presentados voluntariamente por las empresas se denominan COP' s (comunicaciones sobre el progreso). En líneas generales representan una descripción anual de las acciones que las empresas llevan a cabo en consonancia con los principios del Pacto Global, que debe ser presentada por todas las entidades que han adherido a la iniciativa. Desde el lanzamiento de este Pacto, más de 250 entidades de la Argentina han adherido a esta iniciativa, convirtiendo a la Red Argentina del Pacto Global en una de las redes más numerosas del mundo (Fuertes y Goyburu, 2004). También pueden desempeñar un papel importante en el desarrollo eficaz de las redes locales, ya que permiten el intercambio de información acerca de prácticas óptimas y el establecimiento de alianzas entre redes (UN, 2006).

Las políticas para cumplir los Objetivos del Milenio presentados por las Naciones Unidas, acerca de la sostenibilidad del medio ambiente, no pueden obviar una adecuada gestión ambiental de los recursos naturales y un mayor esfuerzo en el fortalecimiento de la educación ambiental en todos los niveles (Giuffré, 2004).

Algunas iniciativas de las empresas, particularmente en el aspecto ambiental, como por ejemplo la reducción de emisiones de gases, o las alternativas de reciclaje, pueden generar ahorros significativos. Si la empresa es considerada socialmente responsable, puede beneficiarse de su buena imagen entre el público, así como de su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando en consecuencia la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados. Además la participación activa en actividades de la comunidad, genera una reputación positiva con los empleados dentro de la empresa (Valor, 2008).

El presente trabajo se realizó con el objetivo de efectuar un análisis de los indicadores ambientales y la educación ambiental en las presentaciones COP´s 2005 de la red argentina del Pacto Global.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se efectuó un análisis documental de las presentaciones de 44 empresas signatarias del Pacto Global correspondientes al año 2005. Se realizó una selección de indicadores ambientales que permitiera efectuar un resumen de las extensas presentaciones realizadas por las empresas, trabajando sobre los siguientes ítems: adhesión a los principios ambientales, certificación, transmisión y difusión de conocimientos ambientales, controles y monitoreos, control de procesos, gestión de residuos, propuestas alternativas de cuidado ambiental, salud ocupacional, evaluación del impacto ambiental, sellos y etiquetado ambiental y rol de las agroindustrias en las declaraciones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se discuten los resultados obtenidos a la luz de los principios ambientales enunciados en el Pacto Global. Así, el análisis de las presentaciones realizadas libremente por las empresas permite efectuar un seguimiento mediante indicadores ambientales. Los principios que conciernen a la temática son: *Principio Nº 7*. Las empresas deberán apoyar un enfoque preventivo frente a los retos medioambientales*; Principio Nº 8*. Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental y *Principio Nº 9*. Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

El principio 8, que es bastante general, es el de mayor adhesión por parte de las empresas (16 presentaciones). El enfoque preventivo del principio 7 se elige en 9 ocasiones, y la innovación tecnológica y su difusión es la opción seleccionada en 4 declaraciones. Hay 11 empresas que consideran los tres principios en su conjunto, y algunas de ellas expresan un compromiso con los principios ambientales que no se desarrolla exhaustivamente en las comunicaciones (Fig. 1 A y B).

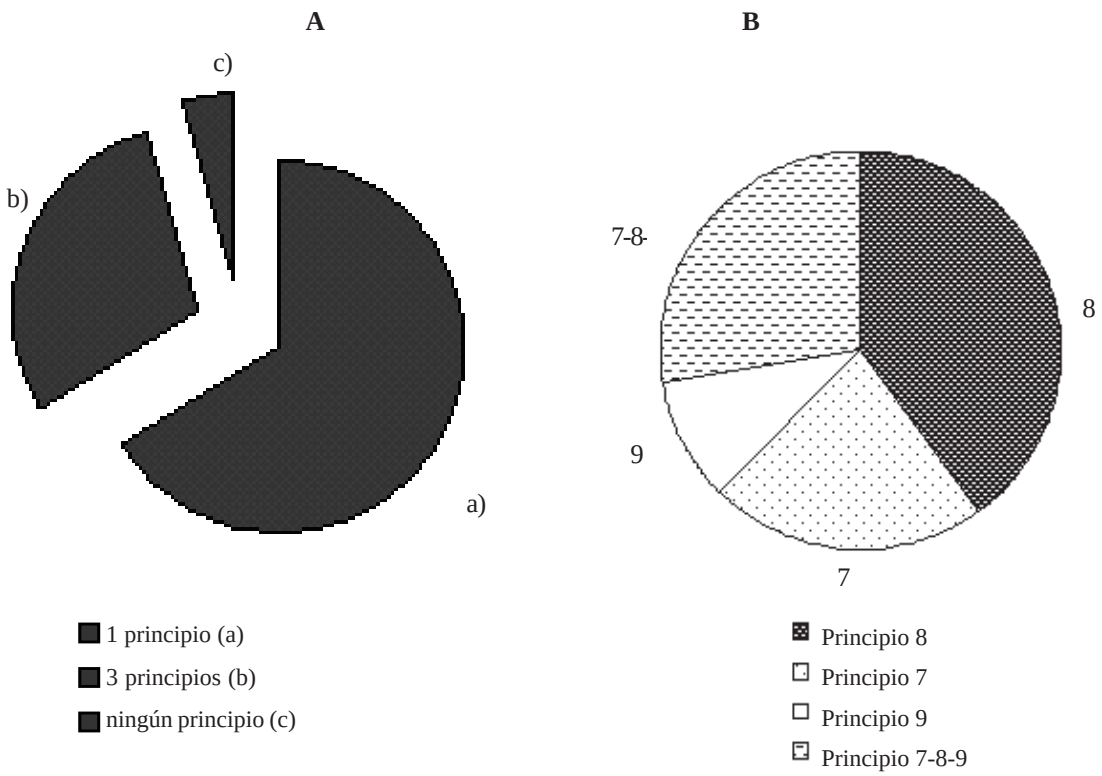

FIGURA 1. **Declaración de adhesión a los principios ambientales.**

Solamente 19 empresas (sobre el total de 44) han presentado certificaciones de importantes normas de calidad, gestión ambiental y/o sistemas integrados de gestión, aunque pueden haber figurado en las de-

claraciones de años anteriores. Se destacan la certificación ISO 9000 (37% de las presentaciones), ISO 14000 (42%), y otras (21%): Eurepgap, OSHAS, GMP, HACCP y MPT de Japón (Fig. 2).

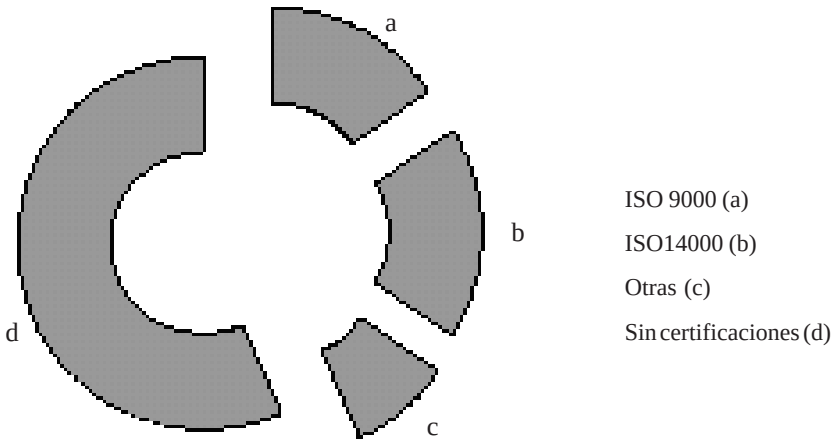

FIGURA 2. **Certificaciones logradas.**

En cuanto a las acciones de difusión de temas ambientales, fueron tratadas en 32 presentaciones. Existen pocas declaraciones generales en cuanto a una acción de concientización (9%). La capacitación interna y la capacitación externa son casi similares como propuesta (13 y 14%, respectivamente), y en algunos casos (6%) se presentaron convenios tendientes a lograr una divulgación de conceptos ambientales (Fig. 3).

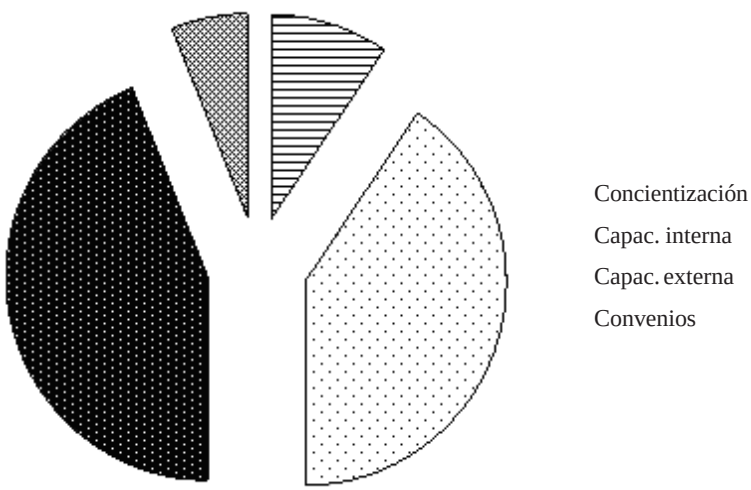

FIGURA 3. **Difusión de la temática ambiental.**

En aspectos referidos a la gestión ambiental de la empresa, predominaron en las presentaciones el control de emisiones y el control de efluentes. Algunas empresas declararon realizar monitoreos y en pocos casos se informó acerca de la realización de análisis de campo o análisis ambientales en general (Fig. 4).

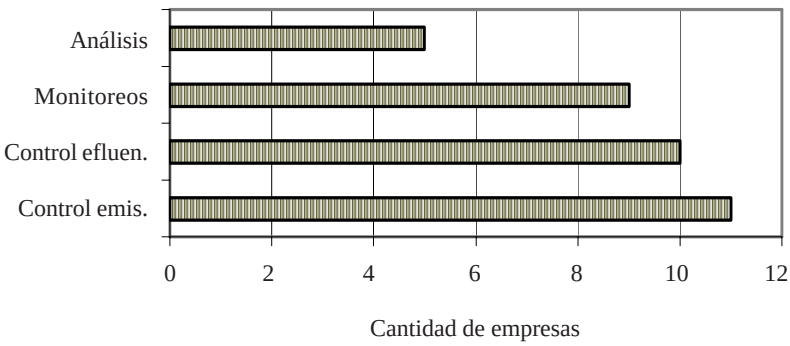

FIGURA 4. **Gestión ambiental de la empresa.**

Dentro del área de control de procesos, 17 empresas manifestaron una mejora en los procesos para obtener productos más amigables con el medio ambiente, 11 se dedicaron a la búsqueda de la eficiencia energética y en el uso de agua, y sólo en 5 casos se presentan planes de contingencia (Fig. 5).

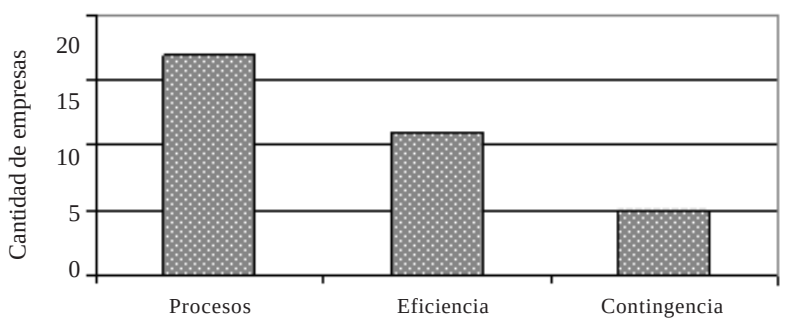

FIGURA 5. **Controles ambientales internos.**

El análisis del ciclo de vida de un producto es un concepto que se ha desarrollado a partir de la acumulación de desechos y evalúa los aspectos e impactos ambientales asociados a un producto, desde la cuna hasta la tumba, quedando involucrada la disposición final. La gestión de residuos resultó uno de los puntos clave a

resolver para encarar un desarrollo sustentable, de acuerdo al 41% de las presentaciones. El 26% de las declaraciones presentaron al reciclado de papel como una alternativa sustentable, que inician mediante recolección en sus oficinas y plantas y luego derivan. Es una labor sencilla que motiva a los empleados y puede expandirse al ámbito familiar.

Dentro del tratamiento de la problemática ambiental se presentaron otras opciones tales como la utilización de energías alternativas (13%), algunos programas de conservación de la flora (10%), y propuestas de investigación (10%) (Fig. 6).

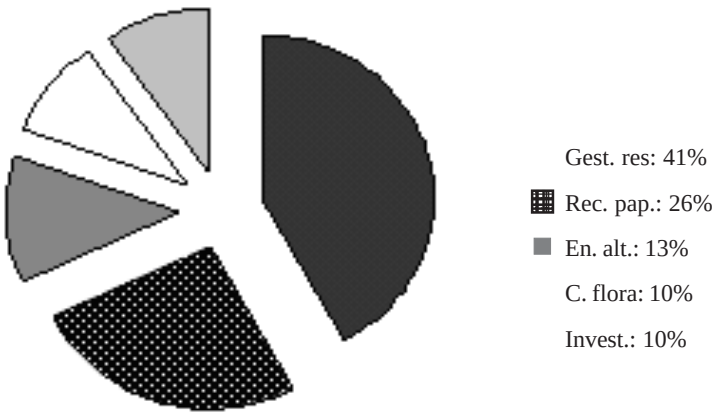

FIGURA 6. **Acción sobre la problemática ambiental.**

Con respecto a la salud ocupacional, figuró solamente en 16 presentaciones, es decir que se soslayó la importancia de problemas del ambiente de trabajo que pueden afectar a los trabajadores.

Solamente una empresa ha declarado en esta oportunidad haber realizado una EIA, lo que refleja la baja eficiencia (grado de idoneidad) y eficacia (acatamiento) con que se considera a las leyes ambientales, consideradas *legislación blanda*, ya que la sociedad percibe una cierta impunidad jurídica ambiental. Se repitió el resultado anterior en el caso de las etiquetas y declaraciones ambientales, que proveen información sobre un producto o servicio en términos de su carácter ambiental global o específico. Los compradores pueden usar la información y el proveedor espera que la misma influya sobre la decisión de compra del producto o servicio.

Se presentaron 6 declaraciones de industrias relacionadas con el agro. El desafío de promover un desarrollo agropecuario sostenible está vinculado a la adopción de alternativas tecnológicas que mantengan la calidad de los recursos naturales y el medio ambiente.

Estas 6 presentaciones representaron un 13% de las totales con alta adhesión a los principios ambientales; un 15% de manifestación de certificaciones ISO 9000, ISO 14000, y otras certificaciones; un 18% de las presentaciones que propusieron actividades de concientización, capacitación interna, capacitación externa y de convenios y un 26% de las que propusieron actividades de gestión ambiental.

En este análisis presentación se ha considerado solamente una parte de la red argentina de Pacto Global y en un momento puntual. Por tanto, es posible que muchos aspectos de los estudiados hayan sido complementados en presentaciones anteriores. Los indicadores seleccionados surgieron después de una exhaustiva lectura de las presentaciones, de modo de poder efectuar un análisis comparativo de los principales aspectos ambientales tomados en cuenta por las empresas.

La responsabilidad ambiental es la imputabilidad de una valoración positiva o negativa por el **impacto ecológico** de una decisión empresarial. Se refiere generalmente al daño causado a otras especies, a la **naturaleza** en su conjunto o a las futuras generaciones, por las acciones o las no-acciones de otro individuo o grupo, según el imperativo del **«principio de responsabilidad»**, de gran importancia en **ecología** y **derecho ambiental** (Jonas, 1995). La responsabilidad ambiental recae tanto en los individuos, como en las empresas, países y en la especie humana en su conjunto.

Sobre un total de 44 empresas, la mayoría (42) adhirió a los principios ambientales, a aspectos de gestión ambiental (35), controles internos (33) y difusión de la temática ambiental (32).

En cuanto a los principios ambientales, el principio 9 (que compromete al desarrollo y la difusión de nuevas tecnologías) tuvo menor adhesión que los principios más generales. Un bajo porcentaje de las industrias se refirió a los aspectos de certificación, de importante rol en la gestión empresarial y en la apertura hacia nuevos mercados. La certificación con normas ISO predominó sobre otras normas internacionales. Las acciones de concientización, capacitación interna, capacitación externa y convenios de divulgación, pueden considerarse una parte importante dentro del sistema no formal de educación ambiental, pero han sido manifestadas en escasas presentaciones.

Los aspectos de gestión ambiental de las empresas se han volcado predominantemente hacia el control de emisiones y el control de efluentes, que son definitorios en procesos de evaluación de impacto ambiental, permisos de radicación, cumplimiento de las regulaciones vigentes, y relación amigable con la comunidad. Dentro de los controles internos, fue relevante el control de procesos para hacerlos más inocuos para el ambiente. Se comentaron diversas acciones sobre la problemática ambiental, destacándose la gestión interna de residuos y la propuesta de reciclado de papel, con procedimientos sencillos y que contribuyen a la formación no sólo del trabajador sino también de su núcleo familiar. Los puntos que se consideran muy críticos son la ausencia casi absoluta de declaraciones de evaluaciones de impacto ambiental, las escasas presentaciones acerca de salud ocupacional y el poco interés respecto al etiquetado ambiental. La agroindustria presentó una participación interesante en lo que hace al conocimiento y aplicación de los principios medioambientales.

La RSE (responsabilidad social empresaria) permitirá poner en perspectiva el papel de la empresa en la sociedad y las posibles nuevas relaciones entre ella y su ambiente. La categorización de una empresa como socialmente responsable constituirá, en un futuro no muy distante, una de sus principales ventajas competitivas y un elemento que le permitirá distinguirse de sus competidoras y posicionarse más fácilmente en el mercado, brindándole, de esta manera, mayores y mejores oportunidades de negocio y crecimiento (Sturzenegger *et al.*, 2004).

La Organización Internacional para la Normalización (ISO), se encuentra preparando para el año 2009, una Guía para la Responsabilidad Social que será de uso voluntario, no incluirá requisitos, y por tanto no será una norma certificable (IRAM, 2007). Existe un eje estratégico entre la responsabilidad social empresaria, la política ambiental y la educación ambiental que debería incentivarse, ya que la conciencia ambiental contribuye a la sustentabilidad de nuestro planeta.

CONCLUSIONES

Las presentaciones proveyeron de una información actualizada acerca de la responsabilidad social empresaria y sus acciones para paliar la degradación ambiental. La educación ambiental no formal e informal figuró como un eje importante en las declaraciones, así como también algunas acciones prácticas que llevan a la formación del núcleo familiar de los trabajadores. Existió una percepción general de la baja eficiencia y eficacia de las regulaciones ambientales, lo que se transmitió en campos como la evaluación de impacto ambiental y salud ocupacional. Las agroindustrias han mostrado una buena adhesión y acciones respecto a los principios medioambientales.

BIBLIOGRAFÍA

FUERTES, F. y M.L. GOYBURU. 2004. El Perfil de las Comunicaciones sobre el Progreso en Argentina ¿ Qué comunican las empresas del Pacto Global? Oficina del Pacto Global en Argentina. Documento de trabajo Nº 2 (pdf), 18 pp.

GIUFFRÉ, L. 2004. Los objetivos del milenio y la educación ambiental. *Revista Facultad de Agronomía* 24: 133-138.

IRAM. 2007. Norma ISO 26000: Guía sobre responsabilidad social. *Boletín IRAM* 120: 5-19.

JONAS, H. 1995. El principio de responsabilidad: ensayo de una ética para la civilización tecnológica. Editorial Herder. ISBN 978-84-254-1901-0.

OTT, H.E. 2006. Política ambiental mundial, fragmentada e ineficaz**.** Red de Tercer Mundo.

http://www.redtercermundo.org.uy/textocompleto.

PACTO GLOBAL. 2006. Los 10 principios del pacto global http://www.agro.uba.ar/comunicacion/notas/pacto_10_principios.pdf

UNITED NATIONS. 2006. The Global Compact in Spanish. Orientaciones sobre los informes anuales para las redes del Pacto Mundial. http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/sp_netwrep.pdf

VALOR, M. 2008. Responsabilidad social empresaria. http://www.comunidar.org.ar

STURZENEGGER, A.; M. FLORES VIDAL y G. STURZENEGGER. 2004. Foro Ecuménico Social. Hacia una cultura de la Responsabilidad Social empresaria en la Argentina. http://www.comunidar.org.ar/indice_rse2.htm