

A EMPRESA, O MEDIO AMBIENTE E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

LUIS LÓPEZ DE MEDINA
Alcoa

Recibido: 6 novembro 2002
Aceptado: 25 novembro 2002

1. CONCIENCIACIÓN AMBIENTAL EN PROGRESO

Durante moitos miles de anos o home foi cazador e colleiteiro e o seu impacto sobre a natureza foi pequeno. Co comezo da agricultura comezou a tala de bosques, multiplicándose a acción do home sobre o ambiente ata chegar a unha perigosa deforestación na Idade Moderna, que implicou a adopción da *primeira política de carácter ambiental* xa no século XVII.

A experiencia do home na súa “casa” –a Terra– levou a descubrir e a desenvolver métodos de aproveitamento de recursos naturais, centrándose principalmente na obtención dalgún tipo de beneficio.

Botou tempo o home en comezar a decatarse de que o *uso* que se estaba facendo dos recursos estaba chegando ó *abuso*, e que iso suporía unha hipoteca para o futuro: máis tarde ou máis cedo acabaríase pagando.

Foi con esta concienciación, non hai moito, coa que xurdiron os primeiros conceptos como a eventual escaseza de recursos e a *contaminación*, e as súas conseqüentes leis ambientais para palialas. Pensábase en solucionar os problemas ambientais a base de paga-lo que se contaminaba, co fin de que as empresas, vendo un problema no custo económico que puidera supoñer unha sanción, realizaran investimentos para mellora-lo seu impacto ambiental. Era unha *política correctiva*.

Se cadra, este concepto era unha boa idea nun principio, pero a política ambiental está a cambiar. Nos últimos anos véñse falando de conceptos tales como “ciclo de vida”, “tecnoloxía limpa”, “mellores técnicas dispoñibles”; é dicir, estase tendendo cara a unha *política preventiva* seguindo a filosofía de que a mellor maneira de solucionar un problema é evitar que se produza.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Sobre as empresas recae un amplo abano de responsabilidades que van máis alá do cumprimento das obrigas legais, por entenderse que as empresas non poden quedar á marxe dos problemas e dos desafíos ós que se enfronta a sociedade.

En principio, unha organización empresarial créase coa finalidade de proporcionar determinados bens ou servicios a cambio dun beneficio, polo que a súa responsabilidade económica é evidente. Ademais, existen outros tipos de responsabilidad-

des como a ética, a legal e a filantrópica. As tres implican un comportamento responsable dentro da sociedade na que está localizada, de maneira que comprometa parte dos recursos en mellora-la situación e o benestar de todos.

O interese pola responsabilidade social das empresas creceu de forma extraordinaria durante os últimos anos na maior parte dos países desenvolvidos. A RSC foi tratada de maneira multilateral por organizacións tales como as Nacións Unidas, a Organización Internacional do Traballo e a Organización para a Cooperación Económica e o Desenvolvemento, que fan reflexións nas que se prevé atallar posibles desequilibrios sociais causados pola globalización.

En 1993 a UE enfrontouse por primeira vez a unha mobilización social importante contra o novo modelo de desenvolvemento económico. O Consello Europeo de Lisboa, en maio de 2000, introduciu na axenda social europea un tema tan inesperado para algúns como é a *responsabilidade social corporativa*. O Consello fíxolle un chamamento especial ás compañías sobre o sentido da responsabilidade con respecto ás mellores prácticas en canto a formación, organización do traballo, novas oportunidades, inclusión social e desenvolvemento sostido. Esa responsabilidade ha presentarse coma un compromiso voluntario que vai máis alá das normativas vixentes obrigatorias e que debe respectarse en tódolos casos. Este plan leva ó desenvolvemento dunha nova relación, tamén dentro das compañías, no diálogo social, formación, igualdade de oportunidades, anticipación e xestión do cambio, no ámbito local ou nacional e contribuíndo a fortalecer-la cohesión social e económica e a protección da saúde. E máis en xeral, no que atinxe ó medio natural e ó respecto ós dereitos fundamentais.

A UE considera que a responsabilidade social corporativa pode ser unha contribución positiva de cara ó obxectivo estratéxico de “*se-la economía máis competitiva e dinámica do mundo baseada no coñecemento, capaz de manter un crecemento económico sostido con máis e mellores traballos e unha gran cohesión social*”.

3. SOCIEDADE - MEDIO AMBIENTE - EMPRESA

Hai anos a excelencia ecolóxica das empresas era un valor intanxible de difícil percepción por parte dos consumidores. Pouco e pouco a preocupación polos problemas ambientais fíxose patente na sociedade e demándase cada vez con máis forza que as empresas respecten a contorna na que desenvolven a súa actividade.

A súa vez, a competencia entre empresas exerce sobre estas unha presión cada vez máis forte. A xestión dos impactos sociais, éticos e ambientais asociados á actuación das empresas estase convertendo nun verdadeiro imperativo, de maneira que a imaxe ambiental dunha compañía é un valor ou unha carga que avalían investidores, aseguradoras, clientes, provedores e consumidores en xeral.

Sen dúbida constitúe unha vantaxe competitiva conseguir diferenciarse polo respecto ó medio natural. Tamén é importante saber explica-la contribución dunha determinada industria á consecución do benestar de que goza a sociedade actual.

Neste contexto, os sistemas de xestión ambiental son ferramentas de vantaxe competitiva que responden á crecente presión pública dos empregados e do resto

dos afectados pola actividade da empresa. En función desta vantaxe competitiva configuráronse programas como o *Eco Management and Audit* (EMA) da UE e o *Responsible Care* das normas ISO.

A maioría das empresas informa voluntariamente sobre a súa actuación ambiental para atender a demanda de colectivos con intereses nelas:

- Os *potenciais investidores*: bancos, mercados de valores ou compañías aseguradoras queren saber os gastos de capital que son necesarios para cumprir a nova normativa e qué potenciais responsabilidades ambientais terían efecto nas operacións financeiras.
- As *comunidades locais* desexan saber o impacto ambiental das operacións das empresas no seu territorio e teñen o poder de apoiar ou de rexeita-la súa actividade.
- Os *consumidores* individuais piden información sobre o impacto e os efectos dos produtos que compran. Ás veces, o consumidor elixe un produto máis caro só porque o considera máis ecolóxico.
- Os *clientes corporativos* buscan obter a confianza dos seus propios clientes mostrando que teñen unha política de medio ambiente e unha estrutura de información.
- Os *empregados* gústalles saber que a empresa para a que traballan é limpa e transparente.

Por outro lado, tamén existen empresas industriais que aínda non subiron ó tren do futuro; empresas que, nunha contorna de recursos limitados e conflitos de prioridades, ás veces ven o medio natural máis coma un atranco ca coma unha oportunidade, e pensan que ir máis alá do que é o estricto cumprimento das lexislacións ten un alto custo.

A existencia de mentalidades diferentes á hora de xestionar a política ambiental dunha empresa fan que esta xestión se converta nun elemento de diferenciación no marco dun mercado global cada vez máis competitivo.

4. ESTRATEXIA AMBIENTAL DA EMPRESA INDUSTRIAL: O ENFOQUE DE ALCOA

Alcoa é líder mundial na produción de aluminio primario, produtos intermedios de aluminio e alumina, con centros de produción en 37 países. Participa en tódalas fases da industria: tecnoloxía, minería, refino, electrólise, fabricación e reciclaxe.

Alcoa impúxose un plan ambiental baseado nos principios de desenvolvemento sostible que establece ambiciosos obxectivos e que “*guiará os programas da compañía durante os próximos vinte anos*”, segundo informou o presidente mundial de Alcoa, Alain Belda, na xunta de accionistas deste ano.

“*O desenvolvemento sostible é a base da Estratexia Ambiental Global 2020 de Alcoa e a sostibilidade require excelencia ambiental, éxito económico e responsa-*

bilidade social”, dixo Alain Belda e engadiu que este sistema é unha mostra do sistema de xestión de Alcoa: “*unha busca de perfección*”.

Este plan ambiental fixa o marco estratéxico que permite que cada un dos negocios de Alcoa en calquera parte do mundo desenvolva os seus propios obxectivos e plans de acción dentro dese sistema. Esas metas serán fitos no camiño cara ó “*obxectivo último da compañía que se traduce na eliminación de tódolos refugalllos, onde os produtos están deseñados para o medio ambiente, onde o medio ambiente está plenamente integrado na produción, onde o lugar de traballo está libre de accidentes, onde protexe-lo medio ambiente é un valor clave de cada empregado e onde tódolos colectivos da nosa contorna económica e social recoñecen a Alcoa como líder no desenvolvemento sostible*”.

Os obxectivos ambientais que marca o plan de Alcoa para conseguir un ar máis limpo, mellor uso da auga e da terra, son os seguintes:

- Sobre a base do ano 2000:
 - Redución do 60% das emisións de SO₂ no 2010.
 - Redución do 50% de emisións de COV para o 2008.
 - Redución do 30% de emisións de óxido de nitróxeno para o 2007.
 - Redución do 80% das emisións de mercurio para o 2008.
 - Redución do 50% das inmisións á terra no 2007.
 - Redución do 60% da utilización de auga no proceso e en descarga no 2008.
- Sobre a base do ano 1990:
 - Reducir un 25% as emisións de efecto invernadoiro no 2010. No caso de que a implantación da tecnoloxía de ánodo inerte se leve a cabo con éxito, esta redución sería do 50% para o 2010.
- Ademais, Alcoa comprometeuse a:
 - Implementa-lo ISO 14001 en máis de 350 plantas operativas para o 2005.
 - Establecer programas de relacións coa comunidade en tódolos negocios de Alcoa para o 2004.
 - No deseño de produtos: incrementa-la énfase no medio natural e na reciclaxe ou na reutilización dos produtos.
 - Redución de 100 millóns de dólares por ano ata o 2005 en aforro de enerxía, materias primas e redución de refugalllos.
 - Relacionar responsabilidade ambiental con obxectivos de negocio e compensacións.
 - Informar e comunica-los nosos progresos.

5. CONCLUSIÓN

A maioría das empresas comprenderon que, invariablemente, xa no poden aliñarse a outro lado que non sexa o da defensa do medio natural, aínda que isto as

obrigue a superar unhas aparentes barreiras económicas e organizativas. Alcoa uniuse á nova era ambiental, cun enfoque *preventivo* (e non correctivo) nas súas decisións e accións. O respecto ó medio é unha actitude ética: ética no consumo e ética empresarial.

Así o entende Alcoa.