

LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL. ANALISIS DEL MARCO GRI EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

GABRIEL GARCÍA-MARTÍNEZ

JORDI CAPÓ VICEDO

PATRICIA DE LA TORRE SÁNCHEZ

gagarmar@esp.upv.es

Universidad Politécnica de Valencia

RESUMEN

La Responsabilidad Social en las empresas implica mejorar la comunicación con los grupos de interés para intentar responder a sus expectativas y mejorar su satisfacción, siendo las memorias de sostenibilidad un instrumento esencial en ese sentido.

A partir de Marco Global Reporting Initiative (GRI), el más extendido a nivel internacional, se aborda el análisis de las memorias de sostenibilidad en las empresas agroalimentarias, así como en el Suplemento sectorial para este sector elaborado por este organismo.

El objetivo de este trabajo es observar como las empresas agroalimentarias con actividad en España aplican el Marco GRI, y si están preparadas para utilizar el Suplemento sectorial, que a partir de 2011 será de obligado cumplimiento si quieren obtener el máximo nivel de reconocimiento.

Si bien la información que aportan es adecuada al nivel de exigencia en el que se autocalifican, se detecta un amplio margen de mejora, que será necesario reducir para la aplicación del Suplemento sectorial.

Palabras clave:

Responsabilidad Social, Memorias Sostenibilidad, Sector Agroalimentario.

1. Antecedentes

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir con las obligaciones jurídicas aplicables, sino ir más lejos e interactuar con los grupos de interés, al tiempo que se contemplan otros aspectos relacionados con su actividad además de los estrictamente económicos.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no debe ser considerada como sustitutiva de la legislación vigente relativa a los derechos sociales o de las normas medioambientales, así como tampoco de la elaboración de una nueva legislación apropiada, en los países que carezcan de este tipo de reglamentaciones.

En todas las definiciones de RSC podemos encontrar tres características comunes: la existencia de responsabilidades más allá de las puramente económicas, la aceptación de unos principios básicos que deben mantenerse en el tiempo y que deben orientar el comportamiento de la empresa, y que la empresa no debe solo atender las demandas de sus accionistas sino defender los intereses de todos los grupos que estén relacionados con ella (con especial atención a los consumidores y la opinión pública). Cabe señalar que a estas tres características hay que añadir una cuarta, que está presente sobre todo en las definiciones elaboradas en los últimos años, y es que la integración de la RSC en la empresa debe ser un hecho voluntario.

En el contexto actual, el concepto de sostenibilidad tiene cada vez más importancia para las empresas y los consumidores que exigen de ellas, además de generar beneficios y producir bienes y servicios, que se responsabilicen de los impactos que su actividad pueda ocasionar en el medio en el que actúan, tanto a nivel medioambiental como social.

El aumento de la preocupación por estos temas de índole medioambiental y social, ha generado la necesidad de disponer de un documento que recogiera esta información demandada por la sociedad y de esta manera surgieron los llamados balances sociales. Con el tiempo han ido desarrollándose iniciativas internacionales que permiten presentar esta información de manera homogénea, como es el caso de los documentos elaborados dentro del Marco GRI (*Global Reporting Initiative* –www.globalreporting.org).

El número de empresas que siguen la metodología marcada por el GRI para elaborar memorias de sostenibilidad se ha ido consolidando con el tiempo, hasta convertirse en el sistema más utilizado para elaborar este tipo de informes en empresas de todos los sectores.

El Global Reporting Initiative es una organización creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA).

Esta organización ha desarrollado la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”, una de las iniciativas de mayor aplicación a nivel mundial a la hora de elaborar Memorias de Sostenibilidad, cuya primera versión data del año 2000, la segunda en el 2002 y la tercera en el 2006. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de las memorias de sostenibilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los informes financieros.

Se basa fundamentalmente en la implementación del triple balance (*triple bottom line*), económico, social y medioambiental. Y ha sido diseñado para poder ser utilizado por cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño, sector o localización. Además permite una aplicación progresiva, en la que inicialmente se aborden sólo algunos aspectos o indicadores, siempre que se haga constar el compromiso por parte de la empresa de avanzar gradualmente hasta llegar a elaborar un informe completo que incluya todos los aspectos e indicadores recomendados por el GRI. Por este motivo, es un modelo asequible a las empresas más pequeñas que pueden adoptar un enfoque gradual de memoria si así lo indican en su primera memoria.

El GRI propone una serie de indicadores estructurados en 6 grupos (económicos, ambientales, prácticas laborales y trabajo digno, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos) y una serie de exigencias de información sobre el perfil de la organización, con lo que las memorias son calificadas en varios niveles. Recientemente ha elaborado un suplemento

a la Guía para elaboración de memorias dirigida al sector agroalimentario, cuyo cumplimiento será exigido para obtener la máxima calificación en este tipo de informes.

2. Justificación y objetivos

El sector agroalimentario en España se ha visto abocado en los últimos años a llevar a cabo un profundo proceso de modernización, con el objetivo principal de mantener el nivel de competitividad frente a productos de países terceros que han hecho aparición tanto en el mercado interior como en los mercados tradicionales de exportación. Estos cambios, han supuesto el desarrollo de un importante sector que representa en los últimos años alrededor del 17% de la producción industrial total. En la Unión Europea, la IAA es la primera actividad manufacturera en orden de importancia, ya que representa el 12,9% de la cifra de negocios de esta industria en los 25 países de la UE, siendo además el sector que aglutina el mayor número de empleados (13,5%)

En España, en 2008, la industria agroalimentaria empleaba al 15% de las personas que trabajaban en el sector industrial, el valor de las ventas suponía el 17% respecto al total del sector y la inversión en activos un 15% del total realizado por la industria. Estos datos dan una idea de la gran importancia de este sector en el tejido económico español, si bien sólo son grandes empresas el 1% en cuanto a número de entidades, algunas de las cuales cotizan en bolsa.

La evolución del conjunto del sector alimentario se dirige hacia el aumento de la creación de valor en sus productos y su reconocimiento por el consumidor sobre el que influyen diariamente en su bienestar y salud. Además de su precio, son diversos los atributos que se pueden llegar a considerar a la hora de configurar la cesta de la compra en los diferentes hogares. Muchos están relacionados con el medio ambiente, como los relacionados con la contaminación del medio (suelos, acuíferos,...), el mal aprovechamiento de recursos naturales como el agua, o el derroche energético. En esta línea, diferentes empresas del sector han iniciado el cálculo de su “huella de carbono” en sus productos de cara a plantear programas de reducción, con las que diferenciar sus productos en el mercado.

Relacionado con las emisiones de gases de efecto invernadero surge el concepto “*food miles*” relacionado con la distancia que recorren los alimentos desde su lugar de producción al de consumo. Supone una estimación de las emisiones de CO₂ vinculadas al transporte de alimentos, en principio más acusadas en aquellos que requieren largos desplazamientos para su comercialización y consumo, frente a los productos de origen local. No obstante, comparar el impacto medioambiental de las emisiones producidas por la producción nacional frente a la importada, no sólo depende de sus necesidades de transporte y sus modos, sino también de los métodos de producción, que pueden o no ser intensivos en el uso de energía. Algunas investigaciones sobre el total de las emisiones de carbono de la producción de alimentos en Estados Unidos han demostrado que el transporte tiene un impacto menor que el derivado de la fabricación de fertilizantes y plaguicidas junto con el combustible consumido por la maquinaria agrícola requerida para el manejo de cultivos (Weber y Matthews, 2008).

Algunos estudios sobre la relación entre la distancia recorrida y las emisiones de carbono para mercancías objeto de comercio internacional han mostrado que la relación puede ser inversa. Por ejemplo, un estudio al respecto (DEFRA, 2008) señala que los tomates cultivados en España y que se comercializan en el Reino Unido pueden tener una menor huella de carbono en términos de eficiencia energética que los producidos en invernaderos locales con calefacción; o que por las excepcionales condiciones de Nueva Zelanda para la producción ganadera, el transporte de corderos hacia el Reino Unido generaría un 70% menos de CO₂ que los producidos en ese país (Saunders *et al.* 2006).

Por otra parte, son cada vez más numerosas las empresas que elaboran memorias de sostenibilidad, siendo el Marco GRI una de las principales referencias. España es el país con mayor número de memorias elaboradas conforme a su última versión (140 en 2009). Además la evolución de las memorias en la industria agroalimentaria a nivel mundial también ha sido

positiva (67 en 2009) situándose en sexto lugar a poca distancia por ejemplo del sector de la construcción. Este aumento del interés por parte de la industria agroalimentaria, ha hecho que el GRI haya desarrollado un suplemento específico para este sector.

El objetivo principal del presente trabajo es analizar el desarrollo de las memorias de sostenibilidad en las principales empresas del sector agroalimentario con actividad en el mercado español, y comparar los actuales informes de sostenibilidad de estas empresas frente a las demandas de información que la guía sectorial va a exigir para obtener la máxima calificación, con el fin de establecer una serie de recomendaciones.

3. Metodología y desarrollo del trabajo

Para analizar cómo se está aplicando el Marco GRI en el sector de la industria agroalimentaria, se utiliza de manera conjunta la metodología de análisis de contenidos y el benchmarking.

El análisis de contenidos es una técnica de investigación para la descripción de forma objetiva y manera sistemática del contenido de una determinada comunicación que, en nuestro caso, es de tipo empresarial (Bigné, 1990). Concretamente, se revisa la estructura y contenido de las memorias de sostenibilidad de un grupo de empresas.

El marco metodológico de esta técnica identifica sus principales características (Krippendorff, 1990):

- Es una técnica de no intrusión, al no generar interacción con las partes interesadas.
- Acepta material no estructurado, que posteriormente es codificado por el investigador, a través de unidades de análisis creadas por él.
- Es sensible al contexto y, por tanto, capaz de procesar formas simbólicas, es decir, parte del contexto para identificar la información.
- Se puede abordar un gran volumen de información debido a la posibilidad de recabar un censo a un coste no muy elevado, del cual se obtiene la muestra de análisis para el estudio.

Paralelamente, se utiliza el método benchmarking mediante el cual las empresas consideran las mejores prácticas en la industria, e intentan imitar su estilo y manera de proceder (García-Martínez, 2003) Es por lo tanto un procedimiento que tiene un alto valor para las organizaciones, al abrir nuevas y diversas perspectivas sobre procesos, metodologías y preocupaciones (Allan, 1997).

En la actualidad, el benchmarking se ha convertido en un método extensamente aplicado y aceptado para analizar la actuación de las empresas, ya que esta metodología va más allá de la simple recogida de datos sobre cómo están actuando las empresas con respecto a otras. Es un método que sirve para identificar nuevas ideas y nuevas maneras de mejorar procesos y, por lo tanto, satisfacer mejor las expectativas de los grupos de interés (Omachomu y Ross, 1994)

Para el caso que nos ocupa, el benchmarking nos va a permitir determinar las diferencias (gaps) en la utilización de los indicadores propuestos por la Guía GRI entre las empresas seleccionadas, identificando las diferencias entre el nivel actual y el óptimo y mejor práctica:

- El nivel actual está representado por el valor medio obtenido para cada indicador y calculado como el promedio de las puntuaciones conseguidas por cada empresa en función de la información que aporta para dicho indicador.
- La mejor práctica se corresponde con la mayor puntuación obtenida por un indicador y está calculada como el valor máximo de las puntuaciones conseguidas para cada indicador.
- El nivel óptimo describe el nivel de exigencia demandado por el GRI, estando valorado con cuatro puntos.

Este método, como herramienta metodológica, es un proceso estructurado que se divide en varios pasos. Si bien podemos encontrar diversos modelos de benchmarking (Bateman, 1994; Andersen y Pettersen, 1996), en el presente estudio se ha utilizado el modelo más ampliamente utilizado en la literatura científica y que se corresponde con el de cuatro etapas (Shah y Singh, 2001):

- Etapa 1: Selección de una muestra empresas representativa de los objetivos a estudiar.
- Etapa 2: Recopilación de la información sobre las estrategias específicas de las empresas.
- Etapa 3: Selección de los indicadores/medidas de actuación, dependiendo del enfoque competitivo de la empresa.
- Etapa 4: Aplicación de la metodología benchmarking en las empresas del sector utilizando los indicadores de actuación anteriormente seleccionados. Mediante este proceso se pretende identificar las empresas con una “mejor actuación” en función de los indicadores seleccionados.

Particularizando estas etapas para nuestro caso, quedan definidas del siguiente modo:

- Etapa 1: Selección de empresas representativas del sector agroalimentario.
- Etapa 2: Búsqueda de las memorias de sostenibilidad elaboradas por dichas empresas entre 2005 y 2010, escogiendo en cada caso la más reciente.
- Etapa 3: Selección de los indicadores.
- Etapa 4: Aplicación de la metodología benchmarking en las empresas del sector, utilizando los indicadores seleccionados.

Para recoger la información relativa a las Etapas 1, 2 y 3, y asegurar que ésta fuera lo más representativa posible, se aplicó la metodología de análisis de contenidos.

3.1. Definición de los objetivos y de la población del estudio

La población objeto del estudio son las empresas del sector agroalimentario españolas o con filiales en España, que elaboran memorias de sostenibilidad utilizando la Guía GRI (GRI, 2006).

Los objetivos concretos del estudio son:

- Observar si las empresas agroalimentarias españolas están preparadas para aplicar el Suplemento sectorial en el sector.
- Identificar el nivel de mejora que tienen que llevar a cabo las empresas del sector para poder aplicar el Suplemento y si éste es homogéneo, o existen dimensiones en las que el nivel de información aportado es superior al nivel de aplicación del GRI.

3.2. Selección de la muestra

Para la selección de las empresas objeto del estudio se utilizó el ranking de “Los 50 primeros grupos de alimentación y bebidas en 2008” elaborado por una publicación especializada¹.

De estas 50 empresas, se seleccionaron las principales empresas por volumen de ventas que incluyeran en sus memorias los indicadores empleados para elaborar la memoria de sostenibilidad, con el fin de poder analizar cuál es la información solicitada por cada indicador y ver si esta se adecuaba a las exigencias del GRI.

Finalmente, atendiendo a las consideraciones anteriores el tamaño de la muestra a estudio se reduce a nueve empresas, si bien suficiente para las metodologías aplicadas.

A continuación se recoge, junto a su cifra de ventas una relación de las mismas.

¹ Revista Alimarket N° 231/Septiembre 2009

TABLA 1
Datos empresas analizadas

EMPRESA	Ventas netas 2008
Grupo Borges	660,0 M€
Coca Cola España	3.100,0 M€
SA Damm - Grupo	755,0 M€
Danone, SA	1.720,0 M€
SOS Corporación alimentaria, SA - Grupo	1.260,0 M€
Grupo Leche Pascual, SA	953,0 M€
Grupo Nestlé España, S.A.	2.053,0 M€
Schweppes, S.A.	343,0 M€
Pepsico, S.A.	883,0 M€

Cabe señalar que en el caso Grupo Damm S.A., solo se evaluará su aplicación de los indicadores ambientales, ya que esta empresa únicamente considera esta dimensión en su memoria.

3.3. Selección de los indicadores

De entre el grupo de indicadores que presenta la Guía GRI, hemos seleccionado los indicadores principales relativos a la dimensión económica, ambiental y los indicadores de Responsabilidad de producto (dimensión social).

La elección de este grupo de Indicadores sociales, se basa en que es el grupo en que el Suplemento Sectorial para la Industria Agroalimentaria más comentarios incluye y para el que se han creado 4 nuevos Indicadores (GRI, 2010).

Con respecto al valor asignado para cada uno de los indicadores seleccionados, se estableció un sistema para valorar la información ofrecida por parte de las empresas, el cual se muestra a continuación:

- Nivel 0: La empresa no aplica el Indicador.
- Nivel 1: La empresa aporta información limitada e incompleta.
- Nivel 2: La información ofrecida para el indicador es parcial, con falta de datos cuantitativos cuando sea necesario.
- Nivel 3: La empresa ofrece amplia información sobre el indicador, con datos cuantitativos cuando sea necesario.
- Nivel 4: La empresa ejemplifica el nivel de aplicación propuesto por el GRI, para ese indicador, y aporta toda la información demandada por esta organización.

4. Resultados del estudio

Con el objeto que evitar las limitaciones que se pueden encontrar en un estudio de diferencias, se utilizan diagramas radiales que permiten observar el grado de aplicación del indicador en el sector, así como el grado de mejora que es necesario aplicar en cada caso para llegar al nivel A de exigencia, de cara a implementar en un futuro el Suplemento Sectorial para la Industria Agroalimentaria.

4.1. Dimensión económica

Con respecto a los indicadores empleados para valorar la dimensión económica, se han utilizado 8 indicadores agrupados en tres bloques: desempeño económico, presencia en el mercado e impactos económicos indirectos.

- ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1 Valor económico directo generado y distribuido,

EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para la organización debido al cambio climático.

EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.

EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.

- **ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO**

EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.

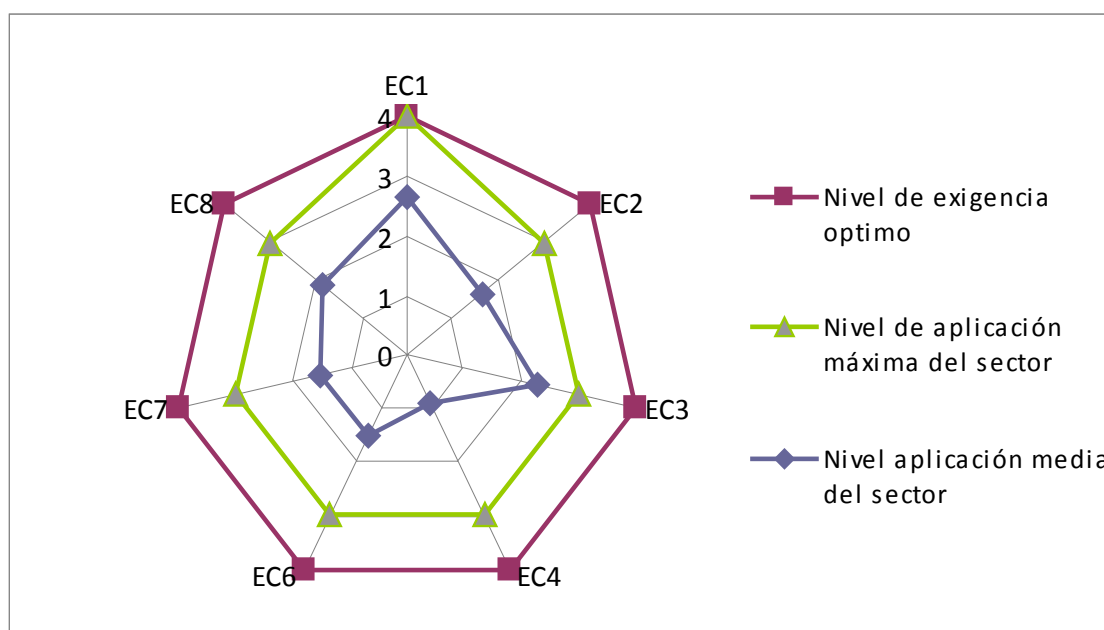
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.

- **ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS**

EC8 Inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público

La puntuación asignada a las empresas, en función de la información aportada para indicador de desempeño económico, se muestra en la Figura 1:

FIGURA 1
Resultados aplicación indicadores Dimensión Económica en el sector de la industria agroalimentaria



En una primera observación de la Figura 1, respecto al nivel de aplicación máxima del sector, se constata que todos los indicadores de la dimensión económica tienen un buen nivel de aplicación en las memorias de sostenibilidad destacando el EC1.

Analizando el nivel de aplicación por indicadores, puede observarse como los indicadores EC1 y EC3 (con una media para ambos de 2,6) son los indicadores sobre los que mejor informan las empresas, seguido de EC2. El hecho de que los tres indicadores, pertenecientes al aspecto “Desempeño económico”, sean los más valorados se debe a que la información que solicitan se encuentra recogida en las memorias anuales, de obligada cumplimentación, donde se refleja periódicamente la situación financiera de las empresas, y se puede extraer de la misma. Por otra parte, señalar que el indicador EC4 (con una media de 0,9), es el que menos valoración ha obtenido. Quizás sea debido a la especificidad de la información que demanda, “ayudas financieras significativas recibidas de los gobiernos”, ya que de las empresas consideradas más de la mitad o no aplican dicho indicador o aportan una información muy limitada.

Si observamos el resto de indicadores, EC8, EC6 y EC7, obtuvieron medias que no alcanzaban los dos puntos, lo que indica que si bien las empresas van por buen camino, en general aun les falta aportar más información para alcanzar el nivel máximo de exigencia del GRI (valorado con 4 puntos).

Para los indicadores EC6 y EC7, cabe destacar que todas las empresas, a excepción de Borges y Danone que hacen especial hincapié en ello, informan poco o nada sobre la contratación local de trabajadores y proveedores, centrándose sobre todo en informar sobre sus políticas de igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de sexo, etnia o religión, y en cómo ha aumentado el % de presencia de mujeres en altos cargos directivos.

4.2. Dimensión ambiental

En este apartado se analizan las valoraciones que han obtenido las diferentes empresas sobre la aplicación de los indicadores principales de la dimensión ambiental, recogidos en siete grupos: materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos y residuos, productos y servicios y cumplimiento normativo.

- **ASPECTO: MATERIALES**

EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.

EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.

- **ASPECTO: ENERGÍA**

EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.

EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.

- **ASPECTO: AGUA**

EN8 Captación total de agua por fuentes.

- **ASPECTO: BIODIVERSIDAD**

EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.

EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.

- **ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS**

EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.

EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.

EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.

EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.

EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.

EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.

EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.

- **ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS**

EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales y grado de reducción de ese impacto.

EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.

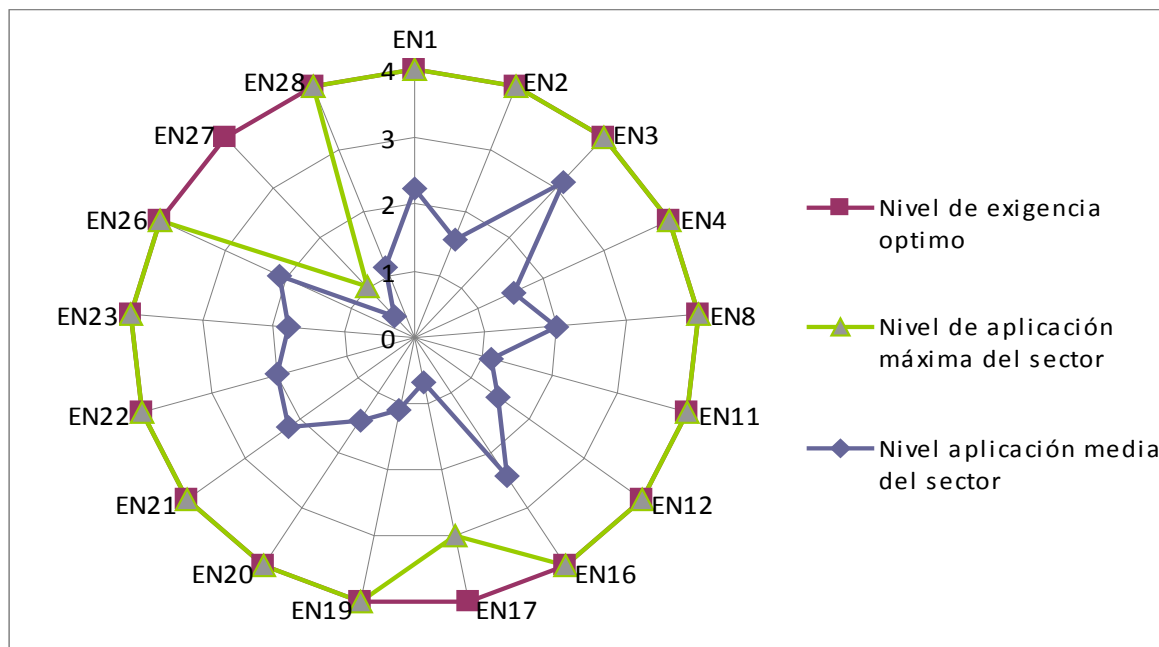
- **ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO**

EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias.

Para esta dimensión se considera también a la empresa Damm, ya que la memoria de sostenibilidad de esta empresa sólo reporta sobre este tipo de indicadores.

A partir de la puntuación obtenida por las empresas, en función del nivel de información aportado para los indicadores desempeño ambiental, se elabora el siguiente gráfico:

FIGURA 2
Resultados aplicación indicadores dimensión ambiental en el sector de la industria agroalimentaria



Como se puede observar en el gráfico anterior, el indicador con mayor valoración ha sido EN3 relativo al consumo de energía con una valoración media de 3,1, seguido de EN16 con 2,4 sobre emisiones de gases de efecto invernadero. Mientras que el menos valorado es el EN27 (valoración media 0,4), relativo a los productos vendidos y la reutilización de sus envases, seguido de EN17 (valoración media 0,7), sobre otras emisiones indirectas de efecto invernadero.

Tal y como se ha comentado, el indicador EN3 pertenece al aspecto energía y solicita información sobre el “consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias”. La mayor parte de las empresas estudiadas que lo aplican aportan una información bastante amplia al respecto o adecuada según las exigencias del GRI. Sólo algunas necesitan completar esta información ya que no la presentan desglosada por fuentes.

En cuanto al indicador ambiental con menor valoración, EN27, perteneciente al aspecto productos y servicios, solo reportaron sobre él cuatro empresas y aportaron información muy limitada al respecto. Esto es debido posiblemente a la dificultad de conseguir la información que solicita el GRI para dicho indicador: % de producto vendidos y materiales de embalaje que al final de su vida útil son recuperados.

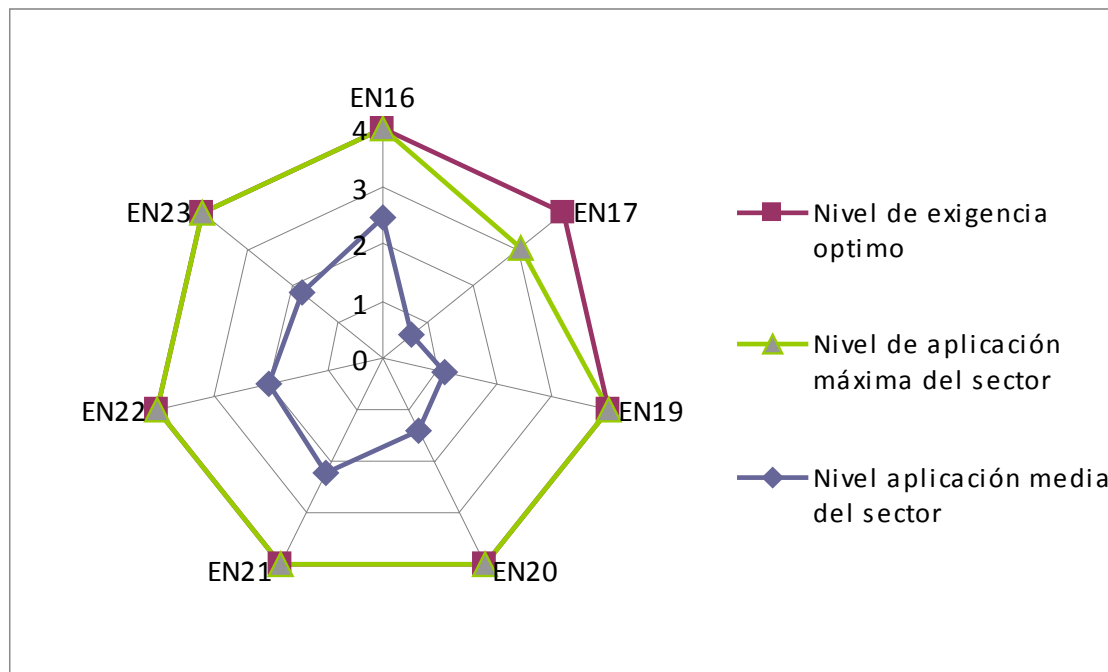
Al analizar el nivel de aplicación de las exigencias de la Guía GRI en los aspectos ambientales, se puede observar que las empresas deberían mejorar en la información que aportan sobre los aspectos “materiales” (indicadores EN1 y EN2), “biodiversidad” (indicadores EN11 y EN12) y “cumplimiento normativo” (indicador EN28).

A continuación, en el gráfico 3² se analiza el Aspecto “Emisiones, vertidos y residuos” ya que parece de especial relevancia ver como se encuentra reflejado este aspecto en las memorias de sostenibilidad del sector y qué indicadores es necesario mejorar.

² Schweppes, no informa sobre este aspecto en su memoria de sostenibilidad y Pepsico solo informa sobre EN16

En este punto, cabe señalar que la información requerida por la Guía GRI sobre los indicadores de este aspecto son datos bastante concretos que, debido a la especial sensibilidad de la sociedad por el medioambiente, muchas empresas tienen en cuenta en sus procesos de producción

FIGURA 3
Resultados aplicación indicadores de Emisiones, vertidos y residuos (dimensión ambiental) en el sector de la industria agroalimentaria



En el gráfico anterior se observa que los indicadores EN16, EN21, EN22, EN23 son los que han obtenido mayor puntuación media del aspecto ambiental “Emisiones, vertidos y residuos”.

El indicador EN16 hace referencia a las “emisiones totales de gases de efecto invernadero”, desglosadas por emisiones directas e indirectas y expresadas en peso.

El indicador EN23 fue utilizado por la mitad de las empresas consideradas en el estudio y todas obtuvieron la máxima calificación, tanto las empresas que tuvieron derrames accidentales significativos (que indicaban el número de derrames y el volumen de los mismo) como las que no los tuvieron.

Los indicadores que menos puntuación han conseguido son el EN17 y EN19, de los que únicamente informaron tres empresas. El indicador EN17 hace referencia a “otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero” y es el indicador más susceptible de mejora para llegar al nivel de máxima exigencia de la Guía GRI, seguido de EN19 que pide que se informe sobre “emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono”. Su baja puntuación se deba probablemente a la especificidad de la información solicitada.

4.3. Dimensión social

Con respecto a la dimensión social, cabe destacar las valoraciones que han obtenido las diferentes empresas sobre la aplicación de los indicadores principales del aspecto “Responsabilidad de producto” de la Dimensión social y el indicador PR2, que si bien es un indicador adicional en la Guía, pasa a ser principal en el Suplemento del sector.

Estos indicadores principales se refieren a los aspectos: salud y seguridad del cliente, etiquetado de productos y servicios, comunicaciones de marketing, cumplimiento normativo.

- ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios, en las que se evalúan los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes.

PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida. (INDICADOR ADICIONAL)

- **ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.

- **ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING**

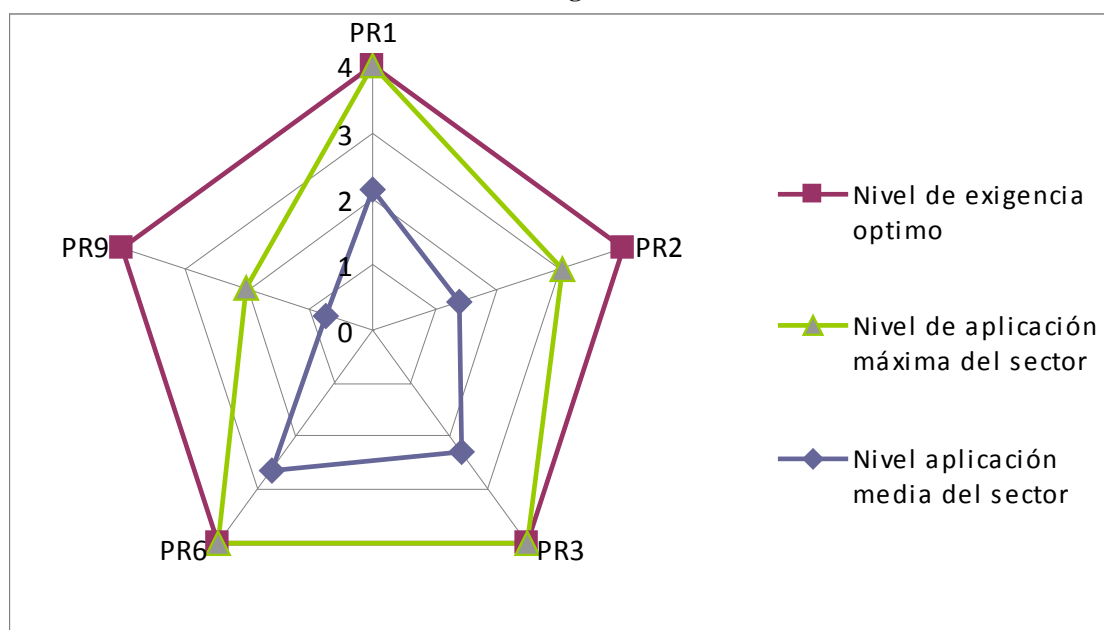
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing.

- **ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO**

PR9 Multas significativas en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

La Figura 4 ha sido elaborada a partir de la puntuación conseguida por las empresas, en función de la información aportada para los indicadores de desempeño de responsabilidad de producto:

FIGURA 4
Resultados aplicación indicadores de Responsabilidad de producto (Dimensión Social) en el sector de la industria agroalimentaria



Como se puede observar en el gráfico anterior los indicadores con mayor valoración han sido los PR6, PR3 y PR1 (con una valoración media de 2,6, 2,3 y 2,1 respectivamente).

El indicador PR6, perteneciente al aspecto “Comunicaciones de marketing”, hace referencia a cómo las empresas transmiten a sus grupos de interés los estándares y códigos voluntarios a los que están adheridos. En este caso, las empresas que aplican este indicador aportan una información muy completa y amplia al respecto, debido al efecto positivo que supone en la valoración de las mismas por parte de sus grupos de interés.

El indicador PR3 pertenece al aspecto “Etiquetado de productos y servicios” donde se pide que la empresa aporten datos sobre la disponibilidad de información de sus productos, cómo los etiquetan, cómo utilizan la publicidad para además de vender sus producto crear buenos hábitos alimentarios, etc. Todas las empresas estudiadas excepto una utilizaron este indicador, ofreciendo una amplia información al respecto.

El indicador PR1, relacionado con el aspecto “salud y seguridad del cliente”, se centra sobre todo en las relaciones con los clientes, tales como la existencia de un servicio de atención al cliente, protocolos de retirada de productos defectuosos, etc. En este caso la información disponible no es muy completa, echándose en falta otros datos sobre los que se pide informar en este indicador.

Respecto al indicador PR2, pide que se informe sobre el “número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y en la seguridad durante su ciclo de vida”. Hay que tener en cuenta que se trata de un indicador adicional en la Guía y como consecuencia tan sólo es empleado por la mitad de las organizaciones, si bien las empresas que lo incluyeron en sus memorias no tuvieron ningún tipo de incidencia de este tipo.

El indicador que obtuvo una menor valoración media, con un valor de 0,8, fue el PR9, siendo el que más tiene que mejorarse para llegar al nivel de exigencia del GRI, tal y como se puede observar en la figura 4. Esta circunstancia puede deberse a la naturaleza del aspecto que trata, “cumplimiento normativo”, donde se pide que se informe sobre el “coste de multas significativas por incumplimiento normativo relativo al suministro y uso de productos y servicios de la organización”. Todas las empresas que informaron sobre este indicador manifestaron no haber tenido multas significativas.

5. Conclusiones

En general, la información que aportan las empresas analizadas es adecuada para el nivel de exigencia del GRI en el que se autocalifican (fundamentalmente en Nivel B). Si bien van por buen camino a la hora de elaborar sus memorias de sostenibilidad, se detecta falta de experiencia a la hora de redactarlas de una manera ordenada y clara.

Respecto a la dimensión económica, los indicadores fundamentalmente ligados al desempeño económico presentan un buen nivel de desarrollo, al incorporar información que se incorpora en las cuentas anuales de obligado cumplimiento. Los indicadores no ligados estrictamente a esta circunstancia como los relativos a presencia en el mercado tienen un desarrollo menor.

En cuanto a la dimensión ambiental, los indicadores más desarrollados son los relativos al consumo de energía y a las emisiones directas de gases de efecto invernadero, al contrario de los relativos a los productos vendidos y la reutilización de sus envases, así como las emisiones indirectas de efecto invernadero. Si bien se puede deber a la menor o mayor especificidad de la información solicitada, se debe señalar la necesidad de un desarrollo más homogéneo, por las crecientes demandas de incorporación del cálculo de la huella de carbono en el etiquetado de los alimentos.

Los contenidos de la dimensión social de la empresa vinculados a la responsabilidad de producto presentan un conjunto de indicadores con una buena valoración, relacionados con la comunicación y etiquetado del producto o servicio, así como con la salud y seguridad del cliente, lo que muestra una clara orientación de este sector al mismo.

En definitiva, dado que el nivel exigido para poder utilizar el Suplemento sectorial es el Nivel A, solo Borges está preparada para utilizarlo. Aunque empresas como Grupo SOS y Grupo Leche Pascual, podría plantearse subir de nivel si lo desean ya que sus memorias son de bastante calidad.

Como reflexión final, después de la profunda revisión de las memorias de sostenibilidad de las empresas consideradas, sería recomendable que el GRI considerara, para la calificación de las memorias, además del número de indicadores para los que informan las empresas, la calidad y exactitud de la información que aportan en ellos. Respecto a las empresas, sería importante alinear los esfuerzos de los diferentes departamentos implicados, para la ampliación de los contenidos de la memoria que se han destacado como más deficientes, y que se trata de información cada vez más demandada por los consumidores.

Referencias bibliográficas

- ALLAN, S. (1997). *Partners benchmarking* <http://www.benchmarking.co.uk/bmark.htm#partners>
- ANDERSEN Y PETTERSEN (1996). *The Benchmarking Handbook*: Chapman & Hall
- BATEMAN, G.R. (1994). *Benchmarking management education teaching and curriculum*. En R.Camp, (Eds.) *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance*, White Plains, NY: Quality Resources.
- BIGNÉ ALCAÑIZ, E. (1990). *El análisis de contenido*. En Sarabia, F.J. *Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas*. Ed. Pirámide
- DEPARTMENT FOR ENVIRONMENT FOOD AND RURAL AFFAIRS –DEFRA- (2008). *Comparative Life Cycle Assessment of Food Commodities Procured for UK Consumption through a Diversity of Supply Chains*. Defra Science Directorate, Management Support and Finance Team.
- GARCÍA MARTINEZ, M. (2003). *Metodología de estudios de la cadena alimentaria*. En Briz, J. *Internet, trazabilidad y seguridad alimentaria*. Ed. Mundi-Prensa
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE –GRI- (2006). *Guía G3 para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Global Reporting Initiative. Amsterdam
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE –GRI- (2010). *GRI Food Processing Sector Supplement*. Global Reporting Initiative. Amsterdam
- KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica*. Paidós. Barcelona
- OMACHONU, V.K Y ROSS, J.R (1994). *Principles of Total Quality*. Delray Beach, FL: St. Lucie Press.
- SAUNDER, C., BARBER, A., TAYLOR, G. (2006). *Food Miles – Comparative Energy/Emissions Performance of New Zealand's Agriculture Industry*. Agribusiness and Economics Research Unit (AERU). Lincoln University. Research Report N° 285. July 2006.
- SHAH, J. Y SINGH, N. (2001). "Benchmarking internal supply chain performance: development of framework", *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 37, pgs. 37-47
- WEBER, C.L. Y MATTHEWS, H.S. (2008). "Food-Miles and the Relative Climate Impacts of Food Choices in the United States", *Environmental Science & Technology*, Vol. 42; n° 10, pgs. 3508-3513.
- Memorias de sostenibilidad.
- Coca Cola España (2008)**
http://www.conocecocacola.com/documentos/informe_sostenibilidad_08.pdf
- Grupo Leche Pascual (2008)**
http://www.lechepascual.es/docs/rsc/2008/Memoria_Responsabilidad_Social_08_Grupo_Leche_Pascual.pdf
- Danone Group (2008)**
http://www.danone.com/images/pdf/danone_rtd_2008_en.pdf
- Grupo SOS**
http://217.116.2.68/web/ficheros/accionistas_memoriasanuales/doc_32.pdf
- PepsiCo (2008)**
http://www.pepsico.com/Download/PepsiCo_2008_Sustainability_Report.pdf
- NESTLÉ (2009)**
http://www2.nestle.com/Common/NestleDocuments/Documents/Reports/CSV%20reports/Global%20report%202009/Global_report_2009_GB.pdf
- BORGES (2009)**
<http://www.borges.es/responsabilidad-social.php>
- SCHWEPES (2006)**
<http://www.cadbury.com/SiteCollectionDocuments/2006CorporateSocialResponsibilityReport.pdf>
- DAMM (2007)**
http://www.damm.es/wps/wcm/resources/file/ebb3c004fc15411/DammRSC07_esp.pdf