

SOSTENIBILIDAD

"El Planeta no puede mantener nuestro ritmo"

Íñigo María Sobrini, presidente de la Asociación Española de Evaluación de Impacto Medioambiental, ofrece en una entrevista con LA GACETA su acreditada opinión sobre el desarrollo sostenible y el cambio climático en España y el mundo. Pág. 2

Cepsa reduce en 182.000 toneladas su emisión de CO2

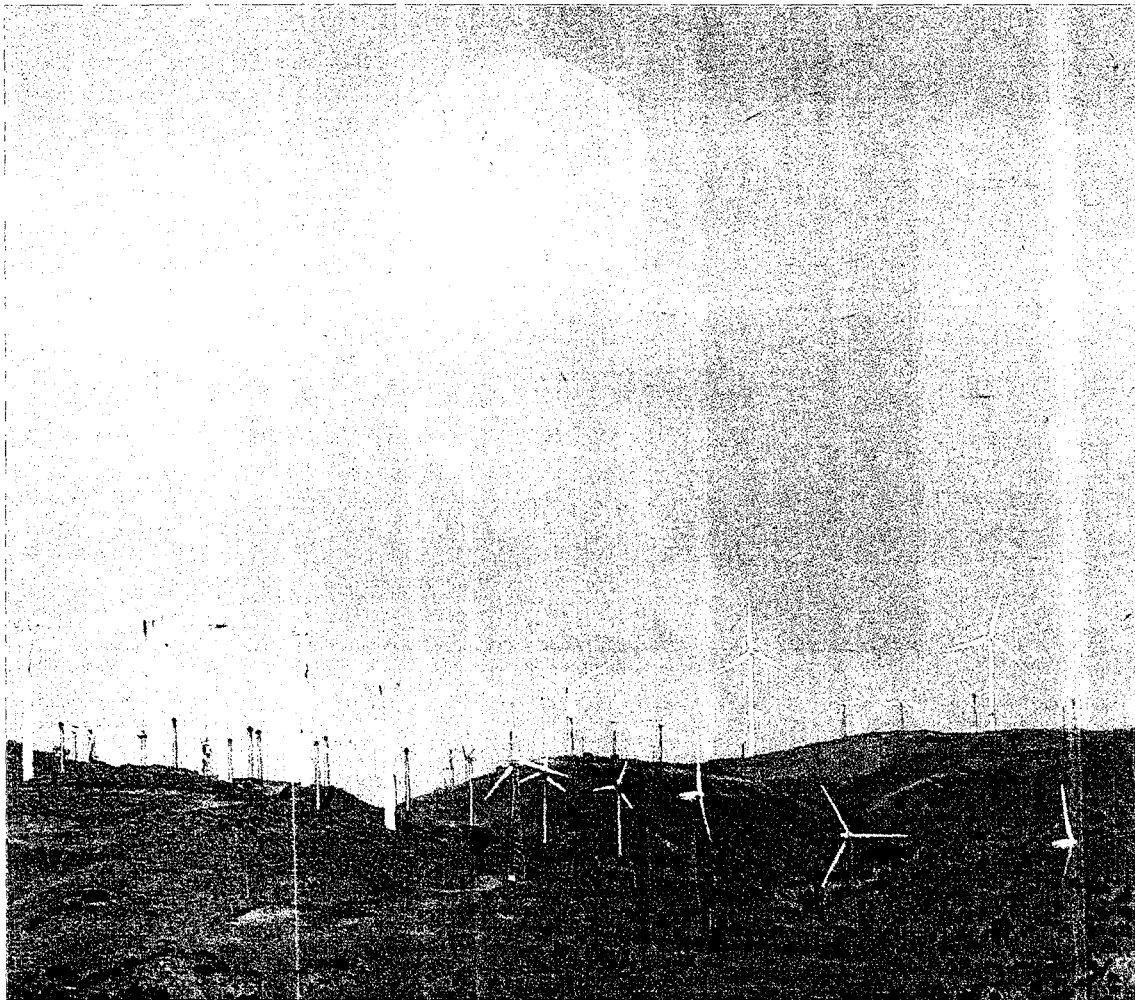
La petrolera española, mediante un proceso de planificación de actuaciones específicas en materia de ahorro y eficiencia energética, ha conseguido reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en más de un 3% a lo largo del año pasado. Pág. 6

Repsol crea el primer biocombustible argentino

La multinacional española Repsol Ypf, con una fuerte presencia en Latinoamérica, ha creado *Gasoilbio*, el primer biocombustible de la historia de Argentina, con lo que obtiene un hito histórico sin precedentes en el denominado país de la Pampa. Pág. 8

Acuerdo entre General Motors y Gas Natural

El gigante estadounidense del automóvil y la compañía energética española han suscrito un importante acuerdo en virtud del cual ambas firmas se comprometen a la promoción de los vehículos propulsados por gas natural. Pág. 10



Las empresas ya no aprecian la sostenibilidad como un valor añadido, sino que ésta constituye un requisito imprescindible para su supervivencia.

La empresa refuerza su compromiso

• La concienciación social, a escala mundial, del gran peligro que subyace tras el cambio climático obliga a todos los estratos económicos y empresariales al desarrollo sostenible

LEGADOS a este punto, nos encontramos ante una situación planetaria cuanto menos complicada en la que seguir hablando de desarrollo sostenible puede considerarse incluso una utopía. En este sentido se encadran las palabras de pensadores como James Lovelock, quien afirma que

no tenemos más tiempo para el desarrollo. El padre de la revolucionaria teoría de Gaia considera que la única vía disponible para la raza humana es la Retirada Sostenible, un concepto que induce a la marcha atrás, a tratar de mitigar e incluso hacer desaparecer el daño que nuestra actividad industrial y econó-

mica ha hecho sobre los sistemas ecológicos de La Tierra. Se trata en definitiva de resucitar a un planeta moribundo que prepara su *venida* contra la especie que tanto daño le ha hecho.

Inundaciones, olas de calor e incluso temblores epicos en las profundidades submarinas y el núcleo de la Tie-

rra envían señales inequívocas sobre el futuro que nos depara un cambio climático que ha merecido la atención de todo un ex vicepresidente y otrora candidato a la Casa Blanca como Al Gore.

Las empresas tienen mucho que decir al respecto, incluidas las poderosas compañías energéticas españolas,

comprometidas en la reducción de gases de efecto invernadero. La sostenibilidad ya no es un valor añadido para las firmas, hoy es un requisito imprescindible, una condición *sine qua non* para su supervivencia social.

Suplemento elaborado por Andrés Torres Rubio

El nuevo decreto enfrenta a APPA y AEE

La reciente norma enfrenta a las asociaciones que representan a las energías renovables y eólicas, respectivamente.

A pesar del ultimátum lanzado a finales de mayo por el sector de las energías renovables —representado en sus dos máximos exponentes, la Asociación de Productores de Energías Renovables (APPA) y la Asociación Empresarial Eólica (AEE)— ante los indicios que apuntaban hacia la inminente aprobación del nuevo decreto de regulación de las energías renovables en el Consejo de Ministros, hoy la situación ha dado un giro significativo produciendo una fractura en la posición común de las dos asociaciones citadas.

La APPA valora el Real decreto 661/2007 del 25 de mayo, por el que se regula la actividad de producción de energía eléctrica en régimen especial —en el que se incluyen las renovables y la cogeneración— de un modo positivo en la medida en que, afirma, se han escuchado muchas de sus sugerencias y se ha mejorado considerablemente los borradores anteriores del documento que fueron remitidos a la Comisión Nacional de Energía.

A pesar de contemplar algunos aspectos susceptibles de mejora, la APPA considera que la nueva norma es una herramienta legal que dota al sector de la estabilidad suficiente para que, con la voluntad y el esfuerzo de todos los agentes implicados, se pueden cumplir los objetivos fijados para 2020 tanto por el Gobierno central como por la Unión Europea; aunque la discrecionalidad que el decreto otorga al legislador en varias materias fundamentales sigue siendo el principal escollo para llegar a un acuerdo que fuera plenamente satisfactorio y completo.

No obstante, la AEE se ha desmarcado rápidamente de la valoración de la APPA y se ha mostrado contraria al nuevo decreto. La Asociación cree que la norma pone en peligro el futuro de la energía eólica por la importante rebaja de la retribución de esta tecnología.



ÍÑIGO M. SOBRINI
PTE. DE LA AEEIA

El presidente de la Asociación Española de Evaluación de Impacto Medioambiental nos ofrece una visión panorámica sobre el problema.

CUÁL es la situación del planeta en materia de sostenibilidad?

Si entendemos el término sostenibilidad como la capacidad de seguir desarrollándonos, como sociedad, sin menoscabar las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras, entonces sin duda el planeta es hoy más insostenible que hace unas décadas. Por una sencilla razón: el planeta, en cuanto a suministrador de recursos y sumidero de residuos, no es capaz de seguir nuestro ritmo actual. Sin embargo, el hecho de que el debate de la sostenibilidad haya calado en la opinión pública, supone un paso definitivo y, creo, irreversible, en la búsqueda de soluciones.

La omnipresencia del Protocolo de Kioto sobre el cambio climático es indudable, pero ¿se está cumpliendo realmente el protocolo?

El Protocolo de Kioto nació cojo porque EEUU, que en ese momento era el primer contaminante del mundo, no lo ratificó, por cierto con Al Gore como vicepresidente. Además quedaron fuera ciertos sectores muy contaminantes, como por ejemplo el transporte, la agricultura, ciertas industrias y el consumo doméstico. El mecanismo de intercambio de derechos de emisión que introdujo era

“EEUU no ratificó Kioto con Al Gore de vicepresidente”



Sobrini asegura que la legislación española en materia medioambiental es de las más avanzadas de Europa.

novedoso y en potencia muy eficaz, pues consigue que figuren las emisiones en la cuenta de resultados de las empresas. Esto las incentiva a reducir emisiones. Además, como factor de concienciación ciudadana su mérito ha sido enorme. En general, si se está cumpliendo, en España no se cumple, pero debemos ya centrarnos en la era poskioto para evitar los mismos errores.

¿Es posible la sostenibilidad mundial sin la colaboración de Estados Unidos?

Definitivamente no. Pero tampoco debemos responsabilizar a EEUU de los males ambientales del planeta. Todos somos responsables, cada uno en su medida, igual que todos somos responsables de encontrar soluciones.

China ya es el país más contaminante del mundo... En mi opinión es muy preocupante, por una razón. China sigue siendo un país muy cerrado, y nada democrático. Sus decisiones estratégicas dependen de un pequeño grupo de poder, que

puede decidirse por actuar contra la contaminación, por poner un ejemplo de problema ambiental, o puede no hacerlo. Y su decisión afectará a todo el planeta.

En el caso chino, no existen mecanismos internos de control, como en una democracia, y la posibilidad de presión de la comunidad internacional es limitada, por su creciente importancia a nivel internacional.

Muchas empresas españolas, entre ellas importantes multinacionales, se jactan

de ser escrupulosamente sostenibles ¿en qué medida es cierta esta afirmación? Independientemente de que sea cierto o no, el hecho de que introduzcan el término como elemento de distinción frente a la competencia es ya de por sí muy relevante. Es un efecto de doble sentido: las empresas lo utilizan como instrumento de ventas, pero a la vez ayudan a crear un estado de opinión, que provoca que la sociedad demande más sostenibilidad a las empresas.

¿Se valora el impacto medioambiental en la adjudicación de obras, construcciones e infraestructuras? Lamentablemente el factor ambiental sigue siendo el “hermano pobre” en la toma de decisiones de los planes y proyectos. Todavía hoy se considera en ocasiones la evaluación ambiental como un trámite, a la hora de autorizar obras, que si se puede evitar o pasar por él de puntillas, mejor.

¿Cuál es nuestra situación legal frente a la legislación de la Unión Europea?

La legislación española en materia de evaluación ambiental es de las más avanzadas de Europa, aunque ha llegado siempre con retraso, sin cumplir los plazos que exigían las Directivas para su trasposición. A la normativa estatal hay que añadir la de las comunidades autónomas, que han aumentado las exigencias. Ahora es responsabilidad de todos lograr que la aplicación efectiva de estas leyes suponga una mejora real en los proyectos que se autorizan en España.



AEEIA dedica 15 años a la defensa del medio ambiente

La Asociación Española de Evaluación Medioambiental tiene como meta la sensibilización de la sociedad sobre modelos sostenibles.

Más de una década en defensa del entorno medioambiental en España es el aval de la Asociación Española de Evaluación de Impacto Medioambiental (AEEIA) fundada en 1992. Su *leit motiv*: sensibilizar a la sociedad sobre la

necesidad de crear modelos de desarrollo compatibles con el medio ambiente, que amortigüen los efectos negativos de la actividad humana sobre el mismo.

Actualmente, la AEEIA cuenta con 30 empresas asociadas y alrededor de 150 socios relacionados directamente con la evaluación de impactos y la gestión ambiental. Asimismo, es la afiliada de España de Asociación Internacional de Evaluación de Impactos (IAIA) que cuenta con 2.000 miembros



La junta directiva de la Asociación Española de Evaluación Medioambiental en compañía de Cristina Narbona, ministra de Medio Ambiente.

en 100 países y alrededor de 4.500 si sumamos los socios de las entidades afiliadas. La finalidad en última

instancia de la evaluación ambiental es la búsqueda de viabilidad ambiental de la actuación evaluada; un ins-

trumento en constante perfeccionamiento y adaptación a las nuevas normativas y metodologías.

Datisa se suma al cuidado del entorno

La certificación EMAS convierte a la firma en una marca de software de gestión pionera en el cuidado del medio ambiente.

Datisa ha obtenido la certificación EMAS que otorga la Comunidad de Madrid para el cuidado del medio ambiente. La aplicación de la normativa, implantada actualmente en las oficinas centrales de la compañía en la capital, se extenderá de modo paulatino al resto de delegaciones en España, confirmando su compromiso con la innovación y mejora continua en todos los ámbitos.

Hasta aquí, todo conformaría una noticia rutinaria más si no fuera porque la citada certificación convierte a Datisa en una empresa pionera en la preocupación por esta problemática en el ámbito del software de gestión. Nada novedoso si contemplamos la Declaración Medioambiental que recoge la web corporativa de Datisa, pero no por ello de menor importancia. Así lo corroboran las palabras de Ignacio Pomar, director general de Datisa: "Creemos que, en un momento en el que la calidad medioambiental no se cuida todo lo que se debería, la implicación desde todos los prismas de la vida, incluido el empresarial, es fundamental para promover un crecimiento económico sostenible".

De acuerdo con lo manifestado por su director general, Datisa lleva años comprometida con la defensa del entorno y el medio ambiente, gracias a actuaciones y medidas orientadas a la prevención de la contaminación que pudiera originarse por sus actividades, especialmente en lo que respecta a la producción de residuos, bien sea a través del fomento de la reutilización y el reciclaje, o el consumo de energía; impulsando el uso eficiente de la misma.

La certificación EMAS (Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambientales) nace como un instrumento de carácter voluntario dirigido a las organizaciones para que éstas adquieran un alto nivel de protección del medio ambiente. Una empresa de software de gestión ya la tiene.

Acciona: arte, publicidad y sentido común por la sostenibilidad

La temperatura de sus oficinas subirá dos grados en verano para un mejor ahorro energético

De un tiempo a esta parte, Acciona se ha erigido como paladín de la defensa del medio ambiente haciendo de la sostenibilidad el eje de la acción de su responsabilidad social corporativa.

En este sentido, la campaña publicitaria SOSTenibilidad.com, diseñada conjuntamente con McCann Erickson, ha supuesto toda una revolución que ha agitado conciencias y ha invitado a la reflexión en torno al modelo de desarrollo actual a telespectadores, lectores e internautas; con un reclamo final en el que se invitaba a entrar en www.sostenibilidad.com. La segunda fase del magistral plan publicitario propina una salida a ese modelo y presentaba de forma didáctica en qué consiste el desarrollo sostenible y qué hace Acciona para lograrlo.

Así las cosas, siguiendo la estela de una iniciativa similar del Museum of Modern Art (MoMA) de Nueva York hace 12 años, la International Advertising Association y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía crearon el Certamen *La Publicidad en el Museo*, que acaba de otorgar el galardón a la Excelencia Publicitaria a la campaña de Acciona SOSTenibilidad.com.

El denominado Jurado de Excelencia formado por artistas plásticos, críticos de arte y creativos publicitarios eligieron el citado anuncio como uno de los tres ganadores entre los 35 finalistas seleccionados, entre los que figuraba *Resolución*, el otro spot de la campaña.

Junto a los otros dos anuncios victoriosos, la campaña de Acciona se podrá vi-



La campaña SOSTenibilidad.com de Acciona ha obtenido el galardón a la Excelencia Publicitaria que otorga el Museo Reina Sofía y la International Advertising Association.

sualizar y consultar como parte del material audiovisual del museo, del que pasarán a formar parte. Este reconocimiento se suma a otros galardones obtenidos por la campaña a lo largo y ancho

del planeta, y demuestran la filosofía innovadora de todo cuanto una de las principales corporaciones de nuestro país en infraestructuras, hidráulicas, servicios urbanos y medioambientales, servi-

cios logísticos, promoción de viviendas, gestión de hospitales, energías entre otras múltiples actividades. De hecho, la filosofía innovadora que impregna cada una de sus actuaciones no se limita

únicamente al ámbito medioambiental y publicitario, y se inspira de las fuentes más exóticas.

Un verano fresquito

Ante la llegada inminente del verano, Acciona ha anunciado una novedosa política que recuerda a las medidas de ahorro de los astilleros coreanos de "fabricación en serie" de Hyundai. Aunque por motivos netamente distintos.

Así, Acciona aumentó hasta dos grados la temperatura de climatización de sus centros de trabajo, una decisión que complementa con pautas de vestimenta de un mayor carácter informal, que incluye la recomendación de no utilizar trajes de chaqueta, manga larga o la clásica corbata.

La firma incrementó entre uno y dos grados la temperatura de sus oficinas en periodo estival, desde el 25 de junio hasta el 15 de septiembre, con objeto de reducir el consumo de aire estacional de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero asociado al uso de aire acondicionado y los sistemas de refrigeración. Por tanto, la temperatura de las sucursales de Acciona en verano oscilará entre los 23 y los 24 grados.

Según el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), un incremento de dos grados de la temperatura de la refrigeración de verano permite un ahorro energético del 5 al 10%. De nuevo, Acciona parece demostrar que publicidad, arte contemporáneo, originalidad y practicidad pueden unirse para defender un desarrollo sostenible.

- ETER, pionero en Europa, tiene como misión idear y habilitar tecnologías comunes para unificar los trámites administrativos de residuos medioambientales.

El problema de los niveles de información existentes en materia ambiental y en el ámbito de los residuos industriales. Éste ha sido el objeto de estudio del *Libro Blanco de Tecnologías de la Información aplicadas al sector de Residuos Industriales*, un trabajo elaborado en el año 2005 por la Fundación Fórum Ambiental, Atos Origen y las comunidades autónomas de Cantabria, Cataluña, La Rioja y País Vasco.

La principal solución que propone el citado estudio se basa en la homogeneización en todo el territorio nacional de los trámites administrativos y la forma de compartirlos en formato electrónico. A partir de esta primera idea se gestó el denominado proyecto ETER.

Proyecto ETER: un mismo lenguaje medioambiental

La principal solución que propone el citado estudio se basa en la homogeneización en todo el territorio nacional de los trámites administrativos y la forma de compartirlos en formato electrónico. A partir de esta primera idea se gestó el denominado proyecto ETER.

Dos de los autores del *Libro Blanco*, la Fundación Fórum Ambiental —plataforma de diálogo entre la sociedad, empresas y administraciones— y Atos Origen —compañía internacional de servicios de tecnologías de la información— fueron las en-

tidades encargadas de liderar esta iniciativa en sus primeros pasos.

La primera fase de ETER, desarrollada a lo largo de todo el año 2006, contó tanto con el apoyo de 12 comunidades autónomas —Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra, País Vasco, La Rioja, Castilla y León, Cantabria, Castilla-La Mancha, Principado de Asturias y Región de Murcia— como con el sólido respaldo de entidades privadas como Cespa, la Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y

Comunicaciones (Asimelec) y la empresa de Medio Ambiente, Agua, Residuos y Energía de Cantabria.

Durante el transcurso de 2006, ETER dio con una primera versión productiva del lenguaje para el intercambio electrónico de datos ambientales, que recibió el nombre de E3L (*Environmental Electronic Exchange Language*).

La meta de E3L es convertirse en referencia para la comunicación en cualquier materia ambiental, proporcionando de este modo una tecnología accesible a todas las partes involucradas o in-

teresadas en el proceso. E3L pone a disposición de la sociedad una potente herramienta que solventa el problema de la falta de entendimiento en la armonización de datos y criterios entre las distintas Administraciones Públicas; sin lugar a dudas, el principal escollo para facilitar la tramitación electrónica de datos ambientales a nuestras empresas.

Asumidos los objetivos de la primera fase, la segunda etapa incluye la extensión social de E3L, su evolución y el soporte a la iniciativa entre otros retos.

TRIBUNA

Lo sostenible en el entorno competitivo

José Antonio Rodríguez

Hoy existe una creciente preocupación de las empresas por la sostenibilidad del entorno materializada en el desarrollo de actividades y políticas de protección, conservación, preservación y gestión de los recursos naturales, como resultado de la concienciación de que la naturaleza necesita ser compensada por lo que se utiliza de ella. A todo tipo de empresas se les plantea la necesidad de gestionar la repercusión medioambiental de sus actividades. La naturaleza impone sus límites y existen múltiples razones que avalan la obligatoriedad de la gestión y la responsabilidad de las empresas para garantizar un entorno sostenible, por lo que deben desempeñar un papel activo que implique un compromiso de mejora continua y razonable de su actuación ambiental.



El compromiso de respeto a los recursos naturales por parte de algunas compañías y de los esfuerzos en la búsqueda por conseguir impactos cada vez menores se traduce en inversiones que van en aumento, sobrepasando incluso los límites de su propia actividad económica para expandirse a acciones de educación socio-ambiental.

Además de ética, la sostenibilidad puede ser una ventaja competitiva

Una empresa no sostenible pierde fuelle y puede llegar a desaparecer

La contabilidad de gestión está sufriendo una continua transformación para poder satisfacer las nuevas exigencias del entorno empresarial, que obliga a una actuación respetuosa con el medio ambiente para garantizar un mañana sostenible ya que, en caso contrario, la empresa puede perder competitividad, e incluso llegar a desaparecer por falta de una adecuada gestión en este campo.

Este nuevo entorno competitivo no puede ser olvidado por la dirección de la empresa. Asumir responsabilidad en la mejora del entorno natural podría plantearse para el directivo como una cuestión ética pero también debe verse como una posible fuente de ventaja ante sus competidores, pues la gestión

la forma en que el factor medioambiental afecte al entorno específico de la compañía como de sus propios recursos y capacidades. La importancia que se le conceda a la búsqueda de nuevas formas y fuentes de energía para garantizar un entorno sostenible dentro de la estrategia de negocio puede variar considerablemente de una empresa a otra, del mismo modo que las empresas pueden adoptar diferentes grados de preocupación por la gestión de la calidad.

Aunque el medio ambiente puede ser la fuente de una ventaja competitiva, su incorporación en la gestión empresarial va a depender tanto de la situación concreta del entorno de la compañía, pues no todas las empresas y sectores se ven afectadas de igual forma por su entorno, como de la propia organización de que se trate, es decir, sus recursos y capacidades.

Aun cuando se desee, es posible que la empresa se encuentre con dificultades para incorporar el factor sostenible en su gestión por razones muy diversas, como por ejemplo, la incapacidad para acceder al capital que requieren las inversiones de mejora medioambiental, la falta de información y conocimiento técnico sobre la materia, las actitudes del personal o la falta de un verdadero compromiso de la alta dirección.

En definitiva, una gestión sostenible es sinónimo de una política empresarial que establece un equilibrio duradero entre el éxito de la economía de empresa, los efectos medioambientales y las relaciones que mantiene la empresa con su entorno social.

▼ José Antonio Rodríguez es jefe de ventas de WEG Iberia

Cepsa disminuye en 182.000 toneladas su emisión de CO2

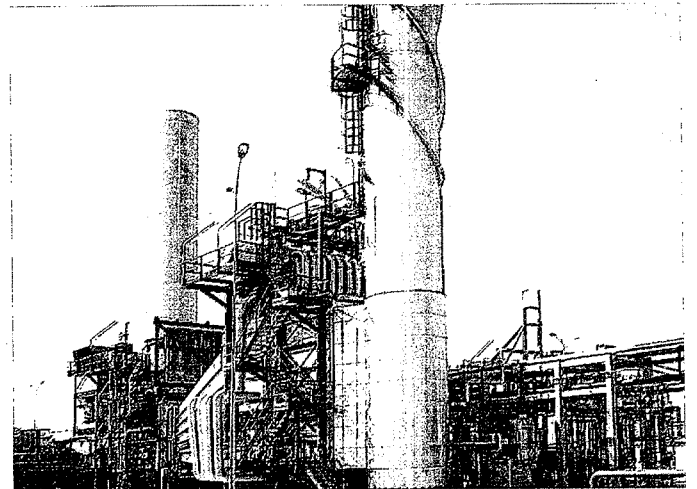
• Esta reducción de gases de efecto invernadero lograda por la petrolera española en 2006 ha recibido una certificación oficial de Aenor

El año 2006 puede ser considerado como un ejercicio con un balance excelente respecto a la gestión medioambiental de Cepsa. No en vano, la petrolera española logró a lo largo del curso pasado reducir, en sus instalaciones en España, las emisiones de CO2. Ni más ni menos que 182.000 Tm. menos que en 2005, una cantidad que ha recibido, por su parte, una certificación oficial de Aenor.

Este descenso es consecuencia del proceso de planificación de actuaciones específicas en materia de ahorro energético y reducción de emisiones en el que la compañía se encuentra hoy inmersa. En definitiva, Cepsa ha disminuido sus emisiones en nuestro país en más de un 3% durante el año pasado. Un dato que demuestra la responsabilidad de la firma, máxime si consideramos que las refineras de Cepsa procesaron un 1% más de crudo que en 2005. Desde un prisma más concreto apreciamos que la estrategia para la reducción de gases de efecto invernadero se basa en dos tipos de actuaciones.

Las primeras se ejecutan sobre las propias instalaciones de la compañía a partir del fomento del ahorro y la eficiencia energética, el respaldo a la cogeneración, la sustitución de combustibles por otros con mejor ratio carbono/hidrógeno y la fabricación de ETBE, componente de la gasolina, a partir de materia prima agrícola.

El segundo vector de actuación se sitúa al margen de las instalaciones de la petro-



El fomento del ahorro y la eficiencia energética son dos de las claves que explican la reducción de emisiones de Cepsa el año pasado.

Dos pilares sobre los que sustentar un compromiso

El compromiso por la sostenibilidad de Cepsa se sostiene sobre dos estructuras muy bien diferenciadas. En primer lugar nos detenemos en el denominado Comité CO2, representado por diversas unidades de la compañía, encargado del seguimiento y cumplimiento de los objetivos de la compañía en materia de emisión de

gases de efecto invernadero. Por otro lado tenemos el Departamento de Gestión de Gases de Efecto Invernadero, cuya misión es facilitar la adaptación de Cepsa a la normativa europea y al Protocolo de Kioto, así como velar por la adecuación de las instalaciones de la petrolera en virtud de lo acordado en la ciudad japonesa.

lógicos en materia de sumideros de carbono (inyecciones en profundidad, reforestaciones, mina...etc). Entre las acciones desempeñadas por Cepsa en sus propias ins-

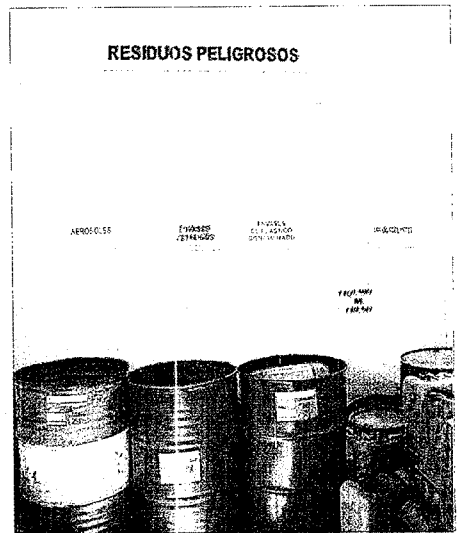
tales debemos destacar el mayor aprovechamiento del vapor de cogeneración en la actividad de refino y la sustitución de fuel oil por combustibles con menor contenido de carbono. Asimismo, el área de fabricación de Bases y Lubrificantes ha reducido sus emisiones como resultado de la aplicación de mejoras en las operaciones y en los procesos. En sus refineras Cepsa ha pasado de un ratio de emisión en 2005 de 0,513 toneladas de CO2 por toneladas de crudo procesado, a 0,147 en 2006. Cepsa sabe que las petroleras están en el punto de mira del cambio climático y lucha por cambiar esta percepción con datos en la mano.

España recicla el 90% de sus automóviles

• Gracias al reciclaje se fabrican más de 1,5 millones de toneladas de metal procedentes de vehículos fuera de uso; el 10% de la producción total.

Esa alegoría del infierno mecánico que conforman los desguaces industriales de vehículos está perdiendo impetu. España recupera actualmente el 90% de los automóviles al final de su vida útil, lo que sitúa a nuestro país a la cabeza del mercado europeo de reciclaje de vehículos fuera de uso. Hoy, gracias al

empleo de tecnología punta en distintos procesos de separación de materiales se fabrican más de 1,5 millones de toneladas de metal procedentes de vehículos fuera de uso, un 10% de la producción total. El liderazgo de España es posible gracias a asociaciones, como Sigrauto o la Federación Española de la Recuperación, o empresas como Fualsa; una de las pocas firmas del sector de la automoción y única de renting —con una flota de 27.000 vehículos— que utiliza contenedores específicos para residuos y fomenta el uso de materiales reciclados.



La labor de diversas asociaciones y empresas como Fualsa son vitales en el reciclaje de vehículos españoles.

TRIBUNA

Sostenibilidad, clave estratégica

Jaume Riera



Es innegable que, en muchos ámbitos, perdura todavía una visión tradicional de la responsabilidad corporativa (RC) y la sostenibilidad como simples elementos de marketing o incluso de coste para las empresas, que incrementan la complejidad administrativa y la burocracia. Se trata, sin embargo, de una actitud que no es posible mantener a largo plazo, dada la creciente preocupación institucional y social ante estos temas.

Por este motivo, ya no cabe abordar la RC y la sostenibilidad como una moda pasajera. El desarrollo sostenible se ha erigido como una demanda social cuya intensidad aumenta exponencialmente y abarca cada vez más ámbitos de las actividades empresariales.

Muchas compañías han comenzado a adoptar programas y actuaciones relacionadas con la comunidad, el medio ambiente o la educación para responder a

El desarrollo sostenible es una demanda social más para las compañías

En un futuro, la RC podrá ser el factor que determine si una empresa sobrevive

las expectativas que, sobre su comportamiento, plantean los diferentes grupos de interés o stakeholders: empleados, clientes, proveedores, accionistas, instituciones, etc. Ello implica una evolución radical de la propia visión del negocio, al incorporar la RC como ventaja competitiva, que se traduce en una mejora a largo plazo de la rentabilidad y el crecimiento de la empresa, y contribuye, además, a un desarrollo social, ambiental y económicamente sostenible. De esta forma, la RC se ha convertido en un engranaje más dentro del proceso de creación de valor (no sólo de beneficio inmediato) que debe afrontar cualquier compañía. A efectos prácticos, se produce una disminución del riesgo por responsabilidad al eliminar, o al menos reducir, los impactos negativos que su actividad puede tener para la sociedad o el entorno.

Por otro lado, puede representar nuevas oportunidades de expansión, ya que incentiva la búsqueda

de nuevos mercados y segmentos sensibles a esos criterios de sostenibilidad. Igualmente, las políticas de RC fomentan la fidelidad a la marca y hacen que la firma y sus productos o servicios se asocien al mercado a valores positivos.

Que las empresas se puedan beneficiar de todo ello será el resultado de un cambio en la concepción de su negocio, basado en la adecuada integración del desarrollo sostenible en su gestión a todos los niveles, desde los más operativos a los estratégicos. Aunque, a priori, la RC pudiera parecer más vinculada a empresas multinacionales, este tipo de iniciativas se traducen en proyectos y actuaciones de carácter local, que pueden ser acometidos por cualquier tipo de organización.

Pero no basta una simple declaración de intenciones o buena voluntad; las estrategias de sostenibilidad deben materializarse en acciones concretas, cuya eficacia debe ser evaluada y sometida al examen de las partes interesadas, con las que deben existir vías de comunicación que funcionen en ambos sentidos. Aquella empresa que desee desarrollar

una línea efectiva de RC precisa herramientas y sistemas de gestión y de información (interna y externa) integrados en su actividad diaria, habitualmente centrada en aspectos económicos. Estos instrumentos, más que meros canales de comunicación y relaciones públicas, son elementos básicos para la completa integración de la RC y deben incluir los objetivos que la organización se marca a corto y largo plazo, así como también una relación de los logros alcanzados.

Más que una moda, en un futuro muy cercano la RC podrá ser considerada el factor que determine si una empresa sobrevive o no en el mercado.

▼ Jaume Riera es jefe del Departamento de Gestión Ambiental y Sostenibilidad de URS España

Repsol, padre del primer biocombustible argentino

• La multinacional petrolera española lanza *Gasoilbio*, un producto amigable con el medio ambiente que marca un hito histórico en el país latinoamericano

GASOILBIO. Este es el nombre del primer biocombustible que la multinacional española RepsolYpf ha lanzado en Argentina. Nos hallamos por tanto ante un hito en el desarrollo de los combustibles del país de la Pampa, pues, además de satisfacer las expectativas de los clientes con unidades de última tecnología, *Gasoilbio* es el primer biocombustible de la historia de Argentina.

Este nuevo producto, único en el mercado, incorpora componentes que proceden de fuentes renovables y permiten hacer de *Gasoilbio* un combustible más ecológico y respetuoso con el entorno medioambiental. Se distingue por tener mayor número de cetano, por ofrecer más potencia, rendimiento al motor del automóvil.

El nuevo *Gasoilbio*, que no merma en absoluto el poderío del motor del vehículo, está formulado a partir de un delicado equilibrio entre el gasoil convencional y el FAME (mezcla metilica de ácidos grasos; utilizado al 100% como combustible, se define como biodiesel). El FAME se obtiene a partir de un proceso de transesterificación que consiste en la mezcla de materias primas como aceites vegetales, grasa animal o



'Gasoilbio' proporciona una mejor relación con el medio ambiente y no resta un ápice de potencia al motor del automóvil.

aceite de algas, con alcohol. La principal, y si cabe más especial característica del nuevo producto, es que sus moléculas actúan en sinergia con la propiedad de lubricidad del combustible base, otorgando una mayor protección contra el desgaste de la bomba inyectora, reduciendo así los costes de mantenimiento. La fórmula de *Gasoilbio* se complementa con

un paquete de aditivos multipropósitos de última generación que actúan específicamente sobre el sistema de admisión de combustible manteniéndolo libre de depósitos carbonosos y propiciando así una combustión limpia que prevé problemas de corrosión y herrumbre, tanto en inyectores como en cámara de combustión, obteniendo del motor una respuesta co-

mo el primer día y evitando la formación de espuma durante la carga.

De este modo, RepsolYpf colabora en la comercialización de combustibles alternativos que ofrecen un progreso del nivel de emisiones dado que mejora notablemente el ciclo de dióxido de carbono a la atmósfera con menor impacto en el efecto invernadero.

DKV Seguros se moja con el problema del agua

• La aseguradora se convierte en "Empresa comprometida con el agua" al sumarse a una iniciativa relacionada con la Expo 2008 de Zaragoza.

Zaragoza se ha convertido en la capital mundial del agua y no podría encontrarse mejor escenario para la adhesión por parte de DKV Seguros, compañía del grupo asegurador ERGO, al proyecto que convierte a la capital de Aragón en la *Ciudad ahorradora de agua*. 100.000 compromisos, elegido por el Programa Hábitat de Naciones Unidas como una de las 100 iniciativas más exitosas de gestión urbana sostenible en el mundo.

De este modo, DKV Seguros adquiere por méritos propios el rango de Empresa comprometida con el agua y se compromete a promover y

facilitar el uso eficiente del líquido elemento entre los más de 200 empleados de sus centros de trabajo en Zaragoza y, posteriormente, a difundir la necesidad de ahorro de agua también entre los clientes de la compañía, que en la capital maña superan los 45.800 personas.

Mediante esta iniciativa, la aseguradora quiere contribuir a conseguir los 100.000 compromisos ciudadanos para el correcto empleo del agua necesarios para el éxito del proyecto y legitimar a Zaragoza como Capital Mundial del Agua y ciudad organizadora de la Exposición Internacional 2008 bajo el epígrafe *Agua y desarrollo sostenible*. El compromiso de DKV incluye la promoción de una política eficiente del uso del agua como parte de la gestión de la entidad. Una táctica que se concreta en el control de su consumo en las oficinas centrales mediante el



Momento de la rúbrica del acuerdo en presencia del Alcalde de Zaragoza, Juan Alberto Belloch (centro).

cálculo de ratios para establecer objetivos de ahorro, el establecimiento de un protocolo de actuación que garantice la eficacia y rapidez de las reparaciones en caso de fuga y avería, así como la realización de un mantenimiento preventivo periódico para garantizar el correcto funcionamiento de los dispositivos

consumidores de agua. Además, DKV seleccionará tecnología de fontanería que permita reducir el consumo de agua sin menoscabar la garantía en el servicio, mediante grifos con temporizador o electrónicos y mecanismos de doble descarga en cisternas de inodoros, entre otras medidas.