



CUIDANDO EL  
**CLIMA**





## **INDICE**

Editorial	3
Principios ambientales del Pacto Global	4
Lanzamiento, estructura, objetivos y funcionamiento del Grupo	6
Empresas participantes del Grupo de Trabajo “Cuidando el Clima”	7
Sección plataformas climáticas del Pacto Global	8
Estrategia de abordaje responsable en políticas climáticas	9
Arquitectura del compromiso empresarial	10
Cómo las compañías pueden generar un compromiso	11
Sección encuestas	12
Subgrupo “Articulación público-privada”	14
Subgrupo “Concientización ambiental”	16
Subgrupo “Innovación & Desarrollo (I+D)”	18

## EDITORIAL

Representante Residente del PNUD y Coordinador Residente del Sistema de Naciones Unidas en Argentina  
**René Mauricio Valdés**

Representante Residente Adjunto  
**Benigno Rodríguez**

Punto Focal del Pacto Global de Naciones Unidas en Argentina  
**Flavio Fuertes**

Representante de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global (año 2015)  
**Néstor Abatidaga - CEO del Grupo Sancor Seguros**

Estructura y Contenidos de la presente edición  
**Diego Adamson - Director Ejecutivo de Protágonos**  
**Martín Riverós - Jefe de RSC y Medio Ambiente LAN Argentina**

Diseño  
**Marina Costas**

Impreso en papel certificado FSC.



## RED ARGENTINA DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

Global Compact es la iniciativa más grande del mundo en materia de responsabilidad social, con más de diez mil participantes en 135 países. Se trata de una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas que fue lanzada en 1999.

Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas está conformada actualmente por más de 500 empresas, organizaciones educativas y de la sociedad civil que se comprometen a cumplir con diez principios universales para respetar los derechos humanos, los mejores estándares laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Se trata de la iniciativa de responsabilidad social corporativa más grande del país, con presencia en 20 provincias y abierta a todas las organizaciones que cumplan con los requisitos del proceso de inscripción.

El Pacto Global en Argentina fue lanzado en 2004. En 2005 se conformó una Mesa Directiva de 20 miembros, que se renueva cada dos años a través de una asamblea y que elige una Secretaría Ejecutiva.

PNUD Argentina es el punto focal de la red en el país y como tal se encarga de organizar actividades, brindar asistencia técnica y favorecer el vínculo con el Sistema de Naciones Unidas en la Argentina.

### Sumarse al Pacto Global es una oportunidad para:

- Compartir buenas prácticas y experiencias con organizaciones diversas y con las agencias de Naciones Unidas.
- Encontrar soluciones para problemas contemporáneos relacionados con la globalización, el desarrollo sostenible y la responsabilidad cívica corporativa.
- Maximizar oportunidades de negocios al ampliar la visión corporativa, incorporar la dimensión social e implementar políticas de gestión responsable.

DERECHOS HUMANOS

ESTÁNDARES LABORALES

MEDIO AMBIENTE

ANTICORRUPCION

### GRUPOS DE TRABAJO

Los Grupos de Trabajo dentro de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas son espacios de abordaje orientados a profundizar el trabajo relacionado a los 10 principios del Pacto Global. Fueron lanzados en el año 2012 a partir de la conformación del Grupo de Trabajo “Empresas y Derechos Humanos” para abordar los principios 1 y 2, y además aumentar las capacidades, habilidades y conocimientos de las empresas para incorporar los Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos de la ONU (Proteger, Respetar y Remediar). Luego, en 2013, se creó el Grupo de Trabajo “Empresas por la Igualdad” para abordar la temática de Género en el ámbito empresarial. En 2014 se lanza el programa “De Empresas para Empresas” en conjunto con la Cámara Industrial Argentino-Alemana, que si bien no es un grupo de trabajo, apunta a abordar el principio 10 sobre transparencia y anticorrupción.

### GRUPO DE TRABAJO “CUIDANDO EL CLIMA”

A finales de 2014, durante el proceso de trabajo de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Mundial sobre la Arquitectura post 2015, Protágonos promueve la creación de un grupo de trabajo para abordar los principios ambientales y el cambio climático en vistas a la Cumbre de Naciones Unidas sobre Cambio Climático, COP21, en París en diciembre de 2015. Dicha iniciativa fue aceptada por la Mesa Directiva y en Marzo de 2015 comienza el proceso para la creación del Grupo de Trabajo “Cuidando el Clima”, tomando su nombre de la iniciativa mundial “Caring for Climate” del Global Compact.

El objetivo principal es contribuir a lograr un aumento no mayor a 2°C en la temperatura promedio mundial para combatir el cambio climático.



# PRINCIPIOS AMBIENTALES DEL PACTO GLOBAL

## PRINCIPIO 7:

**“Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”**

### MEDIO AMBIENTE Y PREVENCIÓN

La prevención consiste en la adopción de medidas que antepongan el cuidado al ambiente por sobre potenciales impactos nocivos que no fueran contemplados. Se basa en la noción de que resulta siempre más beneficioso y económico el no impactar a la remediación posterior de sus efectos.

### ALGUNOS LINEAMIENTOS:

- Resguardar los ambientes naturales y sus contextos inmediatos para ampliar los servicios ambientales que proveen.
- Incluir en las planificaciones la disponibilidad de los espacios naturales para las generaciones presentes y futuras.
- Valorizar al ambiente y los servicios ambientales que permiten la vida sobre el planeta.

En este aspecto, las empresas deberían considerar lo siguiente:

- Si bien las medidas preventivas pueden suponer un gasto adicional, los costos de mitigar los daños causados pueden ser mucho más elevados y judicialmente complejos.
- Los procesos y productos sostenibles generan más reputación en el corto plazo y mayores recursos en el mediano y largo plazo.



## PRINCIPIO 8:

**“Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”**

### ENFOQUE MEDIOAMBIENTAL

La responsabilidad ambiental es el mejor negocio para las empresas y la sociedad, dado que incorpora una serie de beneficios estratégicos en el corto, mediano y largo plazo.

Algunas de las razones son:

- Los sistemas de producción más limpia motivan la innovación y logran mayor eficiencia en el uso de recursos.
- Cada vez más existen estímulos económicos para empresas con procesos, servicios y productos sostenibles.
- La legislación ambiental es cada vez más rigurosa, ampliando las responsabilidades y endureciendo las penas ante impactos ambientales. Ser ambientalmente responsable baja los riesgos para las empresas.
- La comunicación ligada a acciones ambientales comprobables incrementa la reputación de las empresas.
- Las empresas ambientalmente responsables captan y retienen más talentos en un mercado competitivo.
- La conciencia ambiental creciente resulta en clientes más exigentes dispuestos a demandar más responsabilidad por parte de las empresas.

La participación del sector privado es cada vez más relevante en el desarrollo sostenible. Los grupos de interés demandan de las empresas un involucramiento definitivo en el cuidado del ambiente. Su reputación dependerá en gran medida del compromiso que demuestren en dicho campo.

El principio 8 del Pacto Global direcciona la Responsabilidad Social Empresaria en esa dirección con el objetivo de que puedan ser protagonistas de un nuevo paradigma que incluya la conservación del ambiente dentro de las estrategias orientadas a la prosperidad económica y la inclusión social.

## PRINCIPIO 9:

***“Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”***

Las nuevas tecnologías son un factor clave en el desarrollo sostenible. La incorporación de las mismas a los sistemas productivos deviene estratégico para los negocios en este siglo. El cambio climático es la mayor amenaza que jamás hemos enfrentado como sociedad global. A su vez, representa una oportunidad para lograr nuevas maneras de entender la generación de bienes y servicios en un contexto tanto frágil como exigente.



Las tecnologías ambientalmente responsables impulsan la productividad y la competitividad de la economía, alentando la descentralización y la generación de valor en red. Permiten avanzar en la restitución de áreas naturales y conservar la biodiversidad. Fortalecer la gestión del agua como recurso estratégico y mejorar el diseño de políticas de inclusión social según los desafíos del siglo XXI, entre muchas otras posibilidades, tales como:

- Avanzar hacia una matriz energética limpia y renovable.
- Desarrollar la industria del transporte baja en emisiones.
- Lograr procesos de producción limpia que fomentan la innovación.
- Reducir la generación de residuos, efluentes y emisiones industriales.
- Mejorar el tratamiento, purificación, recuperación y reutilización de agua.
- Incrementar la eficiencia en el uso de los recursos.
- Mejorar la productividad de la agricultura ecológica.
- Alcanzar mayor competitividad, bajar costos, reducir riesgos.
- Mejorar las condiciones de trabajo.
- Asegurar mayor productividad en el corto, mediano y largo plazo.





# LANZAMIENTO, ESTRUCTURA, OBJETIVOS Y FUNCIONAMIENTO DEL GRUPO.

## LANZAMIENTO

El lanzamiento oficial se realizó el 7 de Abril de 2015 y se comunicó mediante un newsletter el 10 de Abril. Luego, se dispuso una carta de inscripción modelo para aquellas empresas y organizaciones interesadas en participar del Grupo.

El lunes 8 de Mayo se envió una comunicación a las empresas y organizaciones que fueron aceptadas para integrar el Grupo de Trabajo anunciando su incorporación junto al contenido sugerido para la primera reunión, la cual se realizó en las oficinas de LAN Argentina el martes 12 de Mayo.



## ESTRUCTURA

El Grupo de Trabajo sobre Empresas y Ambiente denominado “Cuidando el Clima” funciona por mandato de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas. Es coordinado por Protágonos-Ecología Humana, por ser una organización miembro de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global. La co-coordinación está a cargo de LATAM Airlines Group, empresa firmante del PG en su país de origen y representada por LAN Argentina.

Las empresas y organizaciones que quieran incorporarse a la Mesa de Trabajo podrán solicitarlo mediante carta formal membretada con firma de CEO/equivalente.

El Grupo de Trabajo tiene agenda propia, quedando abierta a sugerencias por parte de la Mesa Directiva de la Red Argentina.

El Grupo de Trabajo está compuesto por 22 integrantes, siendo 16 empresariales y 6 organizaciones no empresariales.

## OBJETIVOS PARA 2015

- Abordar la diferencia entre Ambiente y Clima para fijar la agenda de trabajo en 2015.
- Avanzar en la comprensión sobre los 3 principios ambientales del Pacto Global.
- Conocer las problemáticas y desafíos ambientales/climáticos de Argentina y la región.
- Ofrecer alternativas a la Mesa Directiva para alinear las estrategias ambientales de sus miembros a las plataformas ambientales internacionales del Pacto Global.
- Contribuir a la producción de una publicación sobre “Empresas y Cambio Climático” en Argentina.
- Colaborar en la difusión y sensibilización de los principios ambientales del Pacto Global.

## FUNCIONAMIENTO DEL GRUPO

- Encuentros cada 30 días en lugar a definir en la ciudad de Buenos Aires (2015).
- Convocatoria en forma digital a las organizaciones participantes con el orden del día de la reunión, con una antelación no menor a una semana y no mayor a dos semanas.
- Reuniones de 2 hs promedio entre todas los participantes del Grupo de Trabajo. Además, contarán con 30 minutos entre quienes lo coordinan para analizar lo trabajado en dicho encuentro.
- En cada reunión se elaborará un Acta de Reunión con registro de temas, responsabilidades y acuerdos definidos.
- Utilización de plataformas de trabajo colaborativo online para difundir la agenda y avanzar en los desarrollos propuestos.
- Contribuir a limitar el aumento en la temperatura promedio mundial a 2°C para combatir el cambio climático.

# EMPRESAS PARTICIPANTES DEL GRUPO DE TRABAJO "CUIDANDO EL CLIMA"



Protágonos - LAN - Grupo Sancor Seguros - IMPSA - Banco Galicia - STEG - Coop. Electricidad Bariloche - GTC - Capilatis - Atacama - Thermodyne - ADEERA - Centro Comercial e Industrial Rafaela y Región - CEADS - Uiscumarr - AHK - Fundación Luciérnaga - ACEP - Eco Rotary XXI - Fundación Integrar - Universidad Nacional de Rosario



# SECCIÓN: LAS PLATAFORMAS CLIMÁTICAS DEL PACTO GLOBAL

## GUÍA PARA EL COMPROMISO EMPRESARIAL AL CAMBIO

Esta guía de trabajo es el resultado de una revisión y consulta realizada por diversas organizaciones en el año 2013, que proponen un esquema de trabajo a la temática del Cambio Climático desde el ámbito empresarial.

Este documento propone lineamientos que permite a las empresas comprender por qué y cómo puede construir plataformas de conocimiento, vinculación y relacionamiento para promover la creación de políticas públicas.

Las organizaciones participantes fueron: El Pacto Global de las Naciones Unidas, UNEP, UNFCCC, World Resource Institute, CDP, WWF, CERES y The Climate Group.

### EL ROL POSITIVO DE LAS ORGANIZACIONES

El diseño de esta guía permite a las empresas informar y acelerar sus políticas de manera urgente, para así apoyar a un desarrollo económico global estable.

Las herramientas sugeridas permiten ayudar a cada industria a comprometerse en el desarrollo de políticas y procedimientos orientados hacia la aplicación de soluciones para combatir el cambio climático.

## PREGUNTAS DE USO INTERNO PARA ADAPTAR A UNA AUDITORIA Y DETECTAR INCONSISTENCIAS EN LA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD.

### 1- ¿Su compañía promueve políticas de cambio climático para el bien público?

Una buena forma de comprender esta dimensión, es si la compañía busca promover políticas de cambio climático vinculadas a desafíos económicos, sociales y ambientales (ej.: Energía, agua, alimentos, movilidad y salud).

### 2- ¿La compañía ha analizado todos los vínculos relevantes entre el negocio, su cadena de valor y las políticas climáticas?

Esto incluye tanto el riesgo como la oportunidad que una compañía puede esperar, así como la oportunidad de compromiso identificada en su mapa de influencias de sus políticas directas como indirectas.

### 3- ¿Cómo se asegura la rendición de cuentas de una política climática?

Muchas compañías, por ejemplo, incluyen revisión o declaración de grupos de interés externos en los reportes anuales de sustentabilidad. La supervisión de directorios o comités es también una buena práctica.

### 4- ¿La compañía ha identificado el valor del comprometerse, reconoce o espera una recompensa por su compromiso al cambio climático?

Esto incluye buscar ventajas competitivas, o identificar

riesgos que fueron mitigados en la actualidad o en el futuro.

### 5- ¿La compañía juega un rol constructivo?

Junto a otras compañías, responsables de políticas públicas y ONG, están en condiciones de formular observaciones sobre el papel que la empresa está teniendo en los debates sobre políticas climáticas.

### 6- ¿Los mensajes públicos y privados coinciden en todo el mundo?

Esto incluye declaraciones en la prensa en relación con los mensajes transmitidos y las posiciones tomadas en los debates regionales, nacionales y locales.

### 7- ¿Existen individuos o grupos (dentro y fuera de la compañía) malinterpretando la posición de la política de la compañía?

Esto incluiría política de compromiso entre las diferentes unidades de negocio que puedan tener un punto de vista diferente sobre la política climática. También incluye la influencia de asociaciones que representan a sus miembros, que pueden convertirse en voceros de la industria.

### 8- ¿Las declaraciones de la compañía coinciden con sus acciones?

Esta alineación discursiva y de acción significa que la compañía tiene un nexo entre sus mensajes públicos, con sus influencias políticas y sus inversiones estratégicas. Esto incluye, por ejemplo, la coherencia entre lo que dice la compañía en su informe de sustentabilidad y las influencias que ejerce sobre la política climática.

### 9- ¿Está la compañía reconociendo y promoviendo políticas coherentes asociadas a la ciencia del clima?

Esto significa promover políticas que tienen como objetivo evitar eventos peligrosos, por ejemplo, aquellos riesgos esperados por el incremento de la temperatura del planeta. Asimismo significa la promoción de medidas de adaptación e inversión para preparar a los mercados y las comunidades a los impactos climáticos que están ocurriendo con los actuales y futuros niveles de calentamiento global.

### 10- ¿La compañía tiene una visión actualizada sobre el cambio climático (políticas y ciencia)?

El mundo evoluciona constantemente y existen cambios en las políticas, por ende las compañías responsables pueden reflejar los últimos conocimientos de la ciencia y la política climática actualizando periódicamente declaraciones políticas y comunicando las posiciones con los grupos de interés.



# ESTRATEGIA DE ABORDAJE RESPONSABLE EN POLÍTICA CLIMÁTICA.

Las empresas pueden usar el siguiente diagrama ofrecido por Caring for Climate con 5 elementos centrales como una guía de principios para el compromiso con la política climática. El mismo es el resultado de 13 estudios que analizaron el cómo y por qué las empresas participan de los debates vinculados al cambio climático, entre otras discusiones, además del aporte surgido de entrevistas a 60 expertos.

## TRES ACCIONES QUE PUEDEN DESARROLLAR LAS EMPRESAS HOY



## LINEAMIENTOS DE COMPROMISO

El trabajo propone adoptar cinco aspectos fundamentales para el correcto compromiso responsable de políticas contra el cambio climático, estos son:

- Legitimidad
- Oportunidad
- Consistencia
- Rendición de Cuentas
- Transparencia

Estos cinco elementos se traducen en tres acciones prácticas para que las compañías puedan llevar a cabo políticas de cambio climático:

- Identificar implicancias, influencias y oportunidades de compromiso.
- Crear un mapa, junto con un compromiso interno y externo, de una política climática y grupos de interés.
- Alinear la comunicación con el marco de acción.
- Completar una revisión interna para garantizar el enfoque de responsabilidad y coherencia de la empresa.
- Reportar posiciones y resultados de la política para los grupos de interés

### 1 LEGITIMIDAD

Refiere al enfoque, intenciones y comprensión de la compañía en una política climática. Los factores clave son:

- Construir confianza
- No hacer daño
- Tener un interés genuino en los resultados políticos.
- Definir temas materiales

### 2 OPORTUNIDAD

Indica cómo la compañía comprende los beneficios y herramientas de apoyo para delinear una política climática. Los factores clave son:

- Reconocer la migración de riesgos, ventaja competitiva y futuras transiciones de la industria.
- Articular una posición política con amplios beneficios compartidos.
- Jugar un rol positivo y proactivo.
- Impulsar oportunidades de influencia a escala de la empresa.

### 3 CONSISTENCIA

Refiere coordinar las interacciones público-privado con estrategias que aseguren la influencia de la ciencia climática. Los factores clave son:

- Mantenerse fiel a la ciencia climática y el análisis objetivo.
- Alinear mensajes públicos y privados.
- Crear mensajes comunes a través de múltiples regiones y plataformas.
- Alinear mensajes y acciones.
- Impulsar oportunidades de influencia a escala de la empresa.

### 4 RENDICION DE CUENTAS

Indica la voluntad y habilidad de la compañía para actuar responsablemente dados sus impactos directos o indirectos con sus grupos de interés. Los factores clave son:

- Perseguir intereses de largo plazo hacia el negocio de la empresa, accionistas, la industrial y actuales y futuros clientes.

### 5 TRANSPARENCIA

Es un componente esencial del compromiso responsable. Los factores clave son:

- Hacer pública la mirada de la empresa sobre política climática.
- Explicar por qué la política climática es material al negocio.
- Enumerar actividades, influencias y resultados.
- Dejar las intenciones en claro, inclusive cuando el contenido sea privado.
- Construir compromiso interno.
- Reconocer y ser claro sobre los límites a la transparencia.

# ARQUITECTURA DE COMPROMISO EMPRESARIAL

El reporte del año 2013 del Pacto Global de las Naciones Unidas, Arquitectos por un mundo mejor:

La Arquitectura Post 2015 ilustra los principales bloques de construcción necesarios para mejorar la sustentabilidad corporativa como una contribución efectiva al desarrollo sostenible, creando valor para las empresas y para la sociedad. Cada uno de estos bloques deberá ser fortalecido y conectado mediante un esfuerzo exhaustivo y colectivo, si es que han de contribuir a ampliar la escala de la sustentabilidad corporativa y a convertir a la empresa en una fuerza verdaderamente transformadora en la era Post 2015.

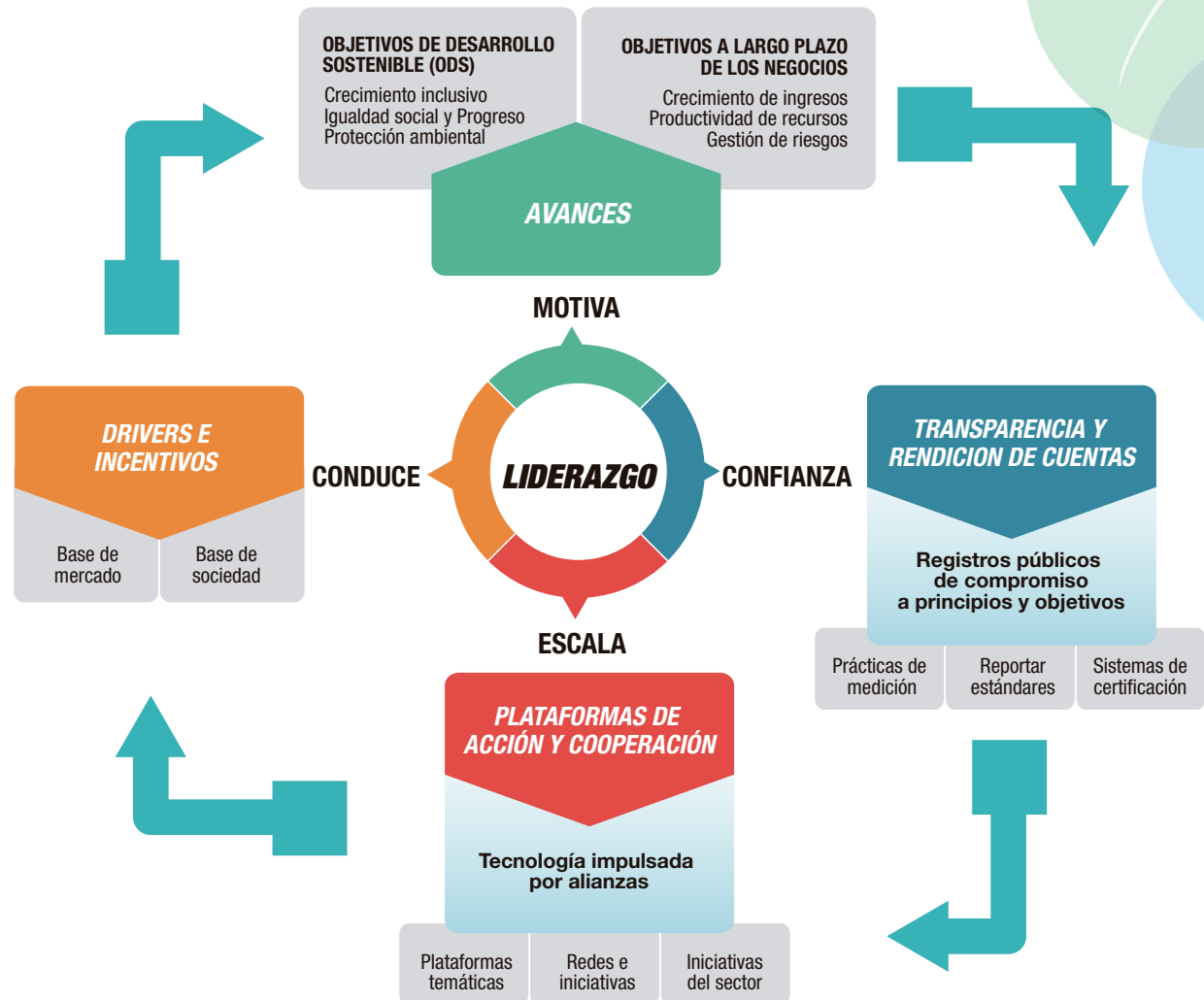
Es importante comprender que el compromiso no se somete a fijar una política climática, sino un aspecto más amplio como un acuerdo legal global sobre el cambio climático.

La sustentabilidad corporativa por consiguiente, está dividida en tres dimensiones:

- i) respeto por los principios universales
- ii) Apoyar los objetivos de las Naciones Unidas
- iii) Comprometerse a una asociación y marco de acción a nivel global y local.

De esta manera las estrategias y prácticas contribuyen en forma creciente a una mejora de ingresos y productividad de recursos, como también la mitigación de los riesgos operacionales, legales y reputacionales.

Por otra parte, esta Arquitectura de compromiso delinea incentivos que permiten generar objetivos y metas en largo plazo, hacer declaraciones públicas sobre logros y avances, y también relacionarse de una mejor manera con los grupos de interés para reportar resultados en forma periódica.





# CÓMO LAS COMPAÑÍAS PUEDEN GENERAR UN COMPROMISO

*En debates de política climática, el rol de las compañías depende de cada sector, tamaño de la misma, jurisdicción política y liderazgo, entre otros factores. Sin embargo, la mayor parte de las compañías pueden hacer un caso de negocios convincentes basados en las implicancias que una política climática tiene en:*

## **ESTRATEGIA CORPORATIVA:**

¿Cómo puede ayudar el compromiso responsable a ejecutar futuros planes de negocio y comprender los cambios de mercado (creación de valor o erosión del mismo, oportunidades de mercado)? ¿cómo puede ayudar a la compañía a generar beneficios y ser participe activo de crear nuevas economías de bajo carbono?

## **GOBIERNO Y ASUNTOS PÚBLICOS**

¿Cómo puede ayudar el compromiso responsable a vincularse con los formuladores de políticas públicas para crear relaciones y normativa más certeras?

## **FINANZAS Y LEGALES**

¿Cómo puede ayudar el compromiso responsable a mejorar el valor de la acción de la compañía? ¿Cómo va a mejorar las relaciones con inversionistas y ayudar a la compañía a atraer recursos financieros con mayor eficacia (recursos de cabildeo, inversiones de capital)? ¿Va a responder a las preocupaciones y los riesgos de los accionistas?

## **REPUTACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS**

¿Cómo puede ayudar el compromiso responsable a construir y mantener la confianza de los grupos de interés y obtener licencia para operar? ¿Qué se espera de la empresa por la creciente presión para ser transparentes acerca de las actividades políticas y la influencia? ¿Cuál será el impacto de la atención de los medios sobre el apoyo a los diversos grupos que influyen en la política climática?

## **OPERACIONES**

¿Cómo puede ayudar el compromiso responsable a promover políticas que protejan la compañía contra los impactos del cambio climático?



## SECCIÓN: ENCUESTAS

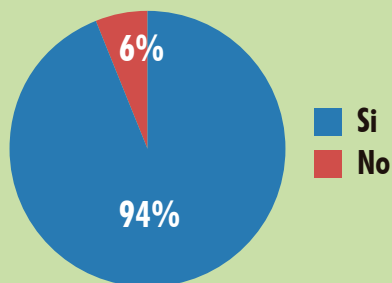
### ¿QUÉ SUCEDE EN LAS EMPRESAS?

A partir del Grupo de Trabajo “Cuidando el Clima” se han realizado encuestas dentro del grupo, con el objetivo de dimensionar e identificar la realidad corporativa de las organizaciones, estado de avances en base a los tres principios en materia de Medio Ambiente del Pacto Global y comprender los compromisos que asumiría la organización a futuro.

#### LOS DATOS MÁS REPRESENTATIVOS SON:

#### 1- ¿La sustentabilidad es mencionada en la misión/visión de la entidad/empresa?

El 94% de los encuestados respondieron que sí está presente, el 6% que no existe mención.



#### 2- Si tuviera que calificar el desarrollo de la gestión ambiental en función a los tres principios del pacto, ¿cómo se evaluaría?:

Marque del 1 al 5, en tanto 1 muy poco desarrollado y 5 muy desarrollado.

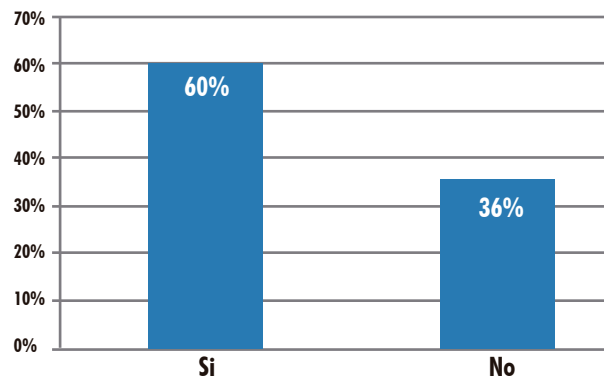
Respuestas (Promedio)

- Enfoque Preventivo que favorezca el medio ambiente: **3,59**
- Fomentar iniciativas de responsabilidad ambiental: **4,06**
- Desarrollo y difusión de tecnologías: **3,41**

#### 3 - ¿Cuenta con una política de sustentabilidad?

Respuesta:

El 60% afirma y el 36% no posee.



#### En caso de que su respuesta fue afirmativa, ¿Contar con una Política de Sustentabilidad ha tenido un impacto positivo en su gestión del negocio o entidad?

Respuesta:

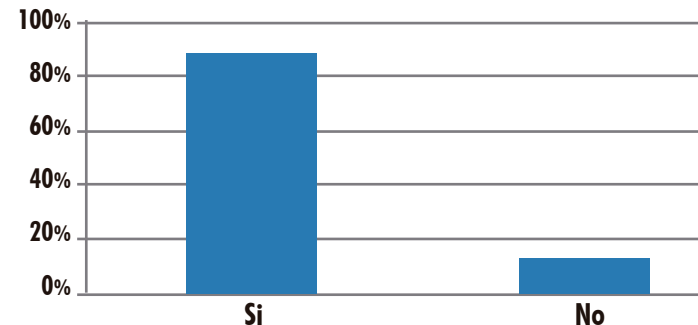
El 47% responde que sí ha tenido un impacto positivo, el 6% que no y 47% no sabe/no contesta. El 72% de los que han afirmado, creen que tiene un impacto positivo a mediano y largo plazo.

#### En caso de que su respuesta fue negativa, ¿No contar con una Política de Sustentabilidad ha tenido algún un impacto negativo?

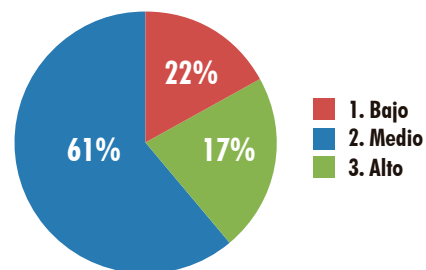
Respuesta:

El 75% afirma que sí ha tenido impacto negativo y el 15% no.

#### 4- En su actividad empresarial, ¿ha tenido que enfrentar impactos derivados de eventos climáticos extremos o de cambios graduales del clima?



5- ¿Qué nivel de preparación considera que estaría su organización para hacer frente a los impactos del cambio climático?



6 - Marque los temas relevantes que su política o su estrategia ambiental aborda o debería abordar en función a los 3 principios ambientales del Pacto Global.

N°	ACCIÓN
1	Promoción y concientización ambiental
2	Educación ambiental
3	Eficiencia energética
4	Residuos sólidos

7- Mencione las prioridades que recomienda enfocar en materia de Promoción y Concientización Ambiental

N°	ACCIÓN
1	Campañas de prevención la contaminación ambiental y uso racional de recursos
2	Promoción de Buenas Prácticas
3	Sensibilización y relacionamiento con la comunidad
4	Financiación de Proyectos

8- Mencione las prioridades que recomienda enfocar en materia de Educación Ambiental.

N°	ACCIÓN
1	Coordinación intersectorial e institucional
2	Formación de Educadores
3	Apoyo en desarrollo de Políticas Públicas
4	Participación ciudadana
5	Investigación

9- Mencione las prioridades que recomienda enfocar en materia de Eficiencia Energética

N°	ACCIÓN
1	Planes de Acción de Ahorro
2	Inversión de proyectos
3	Apoyo en desarrollo de Políticas Públicas
4	Investigación y desarrollo
5	Foco en certificaciones nacionales/internacionales (LEED, Green Building, etc)
6	Rendición de cuentas y transparencia pública/privada

10- Mencione las prioridades que recomienda enfocar en materia de Manejo de Residuos.

N°	ACCIÓN
1	Desarrollar campañas con stakerholders (Comunidad, Clientes, Público Interno)
2	Definir una estrategia integral dentro de la compañía u organización
3	Apoyo en desarrollo de Políticas Públicas
4	Rendición de cuentas público en la gestión de residuos
5	Identificación y foco estratégico en el marco normativo legal

11- Priorice cuáles son los temas fundamentales que debería abordar en una estrategia de sustentabilidad orientada al cambio climático.

N°	ACCIÓN
1	Definir objetivos y plan de mitigación
2	Diseño de un plan de inversión
3	Diseño de Plan de Comunicación integral
4	Diagnóstico de potenciales riesgos ambientales internos
5	Diagnóstico de potenciales riesgos ambientales externos
6	Diagnóstico de oportunidades



# SUBGRUPOS DE TRABAJO “CUIDANDO EL CLIMA”

En función a las encuestas realizadas a las empresas participantes del Grupo de Trabajo, se logró determinar un foco de prioridades temáticas que permite enmarcar un lineamiento estratégico. De acuerdo a los resultados, se priorizaron tres ejes que estipulan tópicos referenciales para delinear acciones concretas, a partir de los cuales, las empresas firmantes del Pacto Global puedan desarrollar un marco de trabajo. Dichas líneas de trabajo son:

- *Relacionamiento público-privado*
- *Concientización ambiental*
- *Innovación & Desarrollo (I+D) orientado a la Huella de Carbono (CO2)*

Las recomendaciones ofrecidas en esta publicación fueron generadas por las organizaciones participantes del Grupo de Trabajo a partir de una dinámica de subgrupos.

Los aportes vertidos en esta publicación no garantizan su total aplicabilidad a toda circunstancia y deben solo tomarse como guía para reflexionar y adaptar estas y otras opciones a las necesidades de cada empresa, su contexto y sus respectivos grupos de interés.

## Subgrupo: **ARTICULACIÓN PÚBLICO - PRIVADA**

Elaborado por Centro Comercial e Industrial Rafaela y Región (CCIRR), Fundación Luciérnaga y ACEP.

### ***Propuesta de proceso de articulación público - privada a nivel local para la mitigación y adaptación al cambio climático.***

#### ***1- Motivación del abordaje:***

El desarrollo sustentable busca promover el bienestar de la población actual y futura, por lo que no se puede escindir la necesidad de asegurar el desarrollo social y el crecimiento económico necesario para impulsarlo de la necesidad de incentivar una adecuada gestión ambiental en los ámbitos urbanos.

Los gobiernos locales son actores protagónicos a escala global al momento de diseñar e implementar políticas públicas que promuevan el cuidado del ambiente, la gestión integral de los residuos, la adaptación a eventos climáticos extremos, la eficiencia energética, la movilidad sustentable y la incidencia sobre la calidad de vida cotidiana de la sociedad.

Hoy en día, el cuidado y la gestión ambiental, según el art. N°41 de la Constitución Nacional, son parte de las funciones de los gobiernos locales, y son ellos los que deben dar respuesta a las consecuencias negativas que

el mal manejo de los recursos genera sobre el territorio. Artículo 41. CN (Ref. 1994): Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano. Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales.

Los gobiernos locales poseen una mirada humanizada, única, del entorno social, económico y político en el que se desenvuelven. Eso los torna actores capaces de pensar en ciudades más conectadas, integradas, sustentables y centradas en el bienestar de la comunidad.

Ante éste marco, surge uno de los principales interrogantes: cómo proyectar y ejecutar acciones a nivel local, con eficacia y eficiencia, con base en los conocimientos científicos.





## 2- Diagnóstico de la situación:

En nuestro país el 92% de los habitantes vive en zonas urbanas y existen 2260 gobiernos municipales, concentrándose el grueso de la población en tan sólo 70 de ellos. De manera cada vez más frecuente, los gobiernos locales deben enfrentar desastres producidos por lluvias, inundaciones, sequías, incendios e incluso tornados.

Los fenómenos climáticos más extremos producen cambios en la manera de habitar una ciudad, y demandan más y nuevos bienes y servicios al gobierno local.

### ¿Cuál es la situación ambiental macro en Argentina?

- Fortalezas: capacidades científicas y técnicas, marco regulatorio profuso y acompañamiento judicial.
- Oportunidades: innovación tecnológica, generación de puestos de trabajo de calidad y generación de herramientas con base al análisis de riesgo y de aplicabilidad progresiva.
- Debilidades: superposición jurisdiccional, inexistente información de base, déficit de planificación e implementación de políticas y debilidad de las autoridades de aplicación.
- Amenazas: los temas explotan, discontinuidad en la implementación de políticas y problemas presupuestarios.

## 3- Objetivo:

Proponer un proceso de articulación público-privada (APP) local en las ciudades argentinas de más de 25 mil habitantes para el diseño de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático.

## 4- Plan de acción:

- Organización de la estructura interna y externa del plan.
- Diagnóstico.
- Escenarios posibles y determinación del modelo futuro.
- Determinación de la agenda del plan (concreción de los programas y de los proyectos).
- Puesta en marcha.

## 5- Stakeholders:

- Las empresas y cámaras u organizaciones de primer y segundo grado que las representen. Organizaciones no gubernamentales de perfil técnico.
- Grupos formales e informales de productores, y/o vecinos, y/o ciudadanos y ciudadanas. Organizaciones de la sociedad civil, de base comunitaria.
- Asociaciones profesionales.
- Sindicatos.
- Instituciones académicas, centros de investigación y desarrollo.

## 6- Implementación:

Conformación de “consejos consultivos ambientales locales” (CCAL) bajo una coordinación nacional liderada por la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. Incluyendo a la FAM (Federación Argentina de Municipios).

Premisas:

- El CCAL estará liderado por las máximas autoridades ejecutivas y legislativas de cada localidad, en el marco de una Comisión Directiva conformada con representantes de los diferentes stakeholders.
- El CCAL deberá ser ratificado por ordenanza municipal con asignación específica de recursos locales para el sostenimiento de un equipo técnico para la gestión operativa del espacio.

Diseño de planes locales/regionales de acción climática (ver modelo de Plan de Acción Climática -PLAC- de la Red Argentina de Municipios frente al Cambio Climático -RAMCC-) para la planificación y desarrollo de políticas públicas en materia de cambio climático.

Premisas:

- Generación de fondo nacional que permita financiar la realización de un inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en cada localidad para conocer la participación que tiene el municipio con respecto a los GEI emitidos en un año base, cumpliendo con las características de transparencia, exhaustividad, exactitud, coherencia y comparabilidad establecidas por la metodología del Panel intergubernamental ante el Cambio climático (IPCC) adaptadas a nivel municipal.

## 7- Monitoreo y auditoría:

Evaluación anual de cumplimientos de los PLAC por parte de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación.



## Subgrupo: **CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL**

Elaborado por las siguientes organizaciones:  
IMPSA, Fundación IN.T.E.G.R.A.R, GTC  
Compañía de Servicios y ECO ROTARY XXI.



### **VISIÓN**

Instalar en la sociedad la problemática ambiental con base en los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Se busca que diversos sectores de la sociedad comprendan, mediante acciones colectivas de sensibilización e información pública, que la cuestión ambiental no es ajena a la responsabilidad social ni a la transparencia en la gestión de negocios.

### **1- MOTIVACIÓN**

Aportar valor, tanto social como económico. Por un lado, permitirá optimizar la reputación e imagen de la empresa a través de una interacción con la sociedad civil, organismos públicos y privados mediante una causa noble como es la ambiental.

En ese mismo orden, se positivará el Marketing Ético que plantea a la Responsabilidad Social como un ámbito común de relacionamiento comunitario que pone de manifiesto la visión sustentable de la actividad de negocios.

### **2- DIAGNÓSTICO**

El poco conocimiento –o la mala calidad de la información- acerca de las principales causas del deterioro ambiental provoca una retroalimentación negativa -originada en la insensibilidad- que causa la generalizada desinformación pública.

Las acciones llevadas adelante por organismos públicos y privados no son suficientes. Además, no hay una complementación de las mismas para mejorar la efectividad a la hora de obtener resultados.

Simultáneamente, en la sociedad civil es notorio que no existe un nivel aceptable de concientización pública sobre el tema que permita generar la debida responsabilidad social y un compromiso personal ante la problemática ambiental.

### **3- OBJETIVOS**

Hacer de la concientización ambiental un vector apto para mejorar la vida y bienestar de las personas tanto como agregar valor a las organizaciones privadas y públicas que integran, y llevarlas a cabo a través de acciones de RSE en el marco del Desarrollo Sustentable.







#### 4- PLAN DE ACCIÓN

Definido un cronograma con los objetivos y plazos para las actividades a realizar, se elaborará un programa de concientización y difusión sobre los temas a comunicar, previo a generar una relación con los stakeholders, para articular el Plan de Acción.

Para su ejecución, se han de generar asociatividades con organizaciones de los sectores privado, público y de la sociedad civil, con el fin de articular diferentes mecanismos de Educación No Formal destinados a diversos grupos de interés, donde la concientización ambiental actúe como política institucional compartida y opere para tratar de modificar conductas, promover buenas prácticas y sumar voluntades comprometidas con el proceso de cambio.

A su vez, se elaborará un plan de capacitación destinado a docentes y a alumnos. El mismo será presentado ante la Dirección General de Escuelas (Según corresponda) o ante el Ministerio de Educación. La propuesta implica la implementación en una determinada área (podría ser en Godoy Cruz, Mendoza) como prueba piloto. En el caso de tener éxito se extendería luego a otras localidades y provincias.

#### 5- STAKEHOLDERS

Los grupos de interés a los que nuestra propuesta se direccionará son:

- Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y las distintas cámaras que las nuclean.
- Funcionarios públicos que desempeñen su actividad en el ámbito municipal y las asociaciones gremiales que nuclean a los trabajadores de cada sector que corresponda.
- El ámbito educativo público y privado y la sociedad en general.

#### 6- IMPLEMENTACIÓN

En el contexto de la iniciativa denominada **“Por un ambiente sano en una sociedad sustentable”** se pondrá énfasis en promover los Principios Ambientales del Pacto Global pero considerando la integridad de sus restantes manifestaciones tanto propias (Cambio Climático, entre otras) cuanto sociales y económicas, adoptando la visión a largo plazo del **Paradigma de la Sustentabilidad**. A saber:

- Acciones participativas con el objeto de ilustrar a los responsables de las PYMES y -por su intermedio- procurar organizar actividades destinadas a los diferentes niveles internos de sus organizaciones.
- Actividades de difusión en colegios.
- Locales de venta minorista.
- Bibliotecas, clubes deportivos, entidades intermedias, espacios públicos, etc.
- Otras formas de divulgación, a través de concursos fotográficos, informáticos y literarios, exhibiciones filmicas, espectáculos deportivos, jornadas abiertas, talleres asociativos, etc.

#### 7- MONITOREO Y AUDITORÍA

Algunas de métodos y mecanismos a utilizar son los siguientes:

- Muestreo de rendimiento.
- Encuestas ex post y ex ante.
- Informes de datos y resultados.
- Comunicación, publicación y obtención de comentarios.
- Medición de las variables.





## Subgrupo: **INNOVACIÓN & DESARROLLO (I+D)**

Integrantes: Grupo Sancor Seguros,  
Thermodyne S.A, Atacama de Publicidad,  
Banco Galicia, CEADS, STEGSA, E&Y

Actualmente la humanidad en su conjunto demanda el equivalente a 1,5 planetas para sostener sus actividades habituales de producción y consumo. A pesar de estar sobrepasando como humanidad los límites planetarios, cada día 1.000 millones de personas pasan hambre en el mundo, 1.8 millones mueren por año por falta de sanidad y agua potable, 1600 millones no tienen acceso a electricidad, 900 millones no tienen acceso al transporte.

Los desafíos que nos plantea una visión de sustentabilidad, donde todas las personas puedan vivir en condiciones de desarrollo dignas dentro de los límites de nuestro planeta, nos demanda medidas y cambios a gran escala. Es por ello que, para generar las soluciones sustentables en la escala y velocidad necesarias, la innovación será imprescindible.

Nuestro objetivo es promover una mayor responsabilidad ambiental de las empresas firmantes del Pacto Global. (Principio 8 PG) y promover que las empresas favorezcan el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente (Principio 9), tomando la sustentabilidad como un factor de innovación y un motor del desarrollo para las sociedades y las organizaciones.

### **MISIÓN:**

Fomentar una gestión sustentable en las empresas a través de la innovación en procesos, productos y servicios, así como la en la articulación y alianzas con otros actores de la sociedad.

**Desde el Grupo sugerimos implementar una metodología de trabajo sistemática, que incluya etapas a ser cumplidas, de manera de alcanzar los objetivos propuestos por la Empresa u Organización. Las etapas propuestas son:**



LINEA DE ACCION		Innovación y Desarrollo y Huella de Carbono
Tema		Eficiencia Energética
Guía Estratégica		Propuesta del Subgrupo
Identificar	Legitimar	Sensibilizar Nivelar Conocimientos
	Oportunidad	Realizar un diagnóstico Medir Huella + Consumos Energía Dialogar con los grupos de Interés Identificar los temas materiales (HC EE)
Alinear	Consistencia	Definir objetivos o ejes estratégicos Diseñar programas y acciones para el cumplimiento de los objetivos Establecer indicadores (PAS2050, CDP, ISO14064/9, GHC P.I, ACV)
		Asignar Recursos Ejecutar PRG + ACC
	Rendición de Cuentas	Auditoría Interna Evaluación y mejora continua
Reportar	Transparencia	Reportar las acciones y los resultados



## Herramientas de Medición:

- **Pas 2050:** Sistema de certificación Británico creado con el fin de especificar los requisitos para la evaluación de las emisiones de gases de efecto invernadero en el ciclo de vida de bienes y servicios.
- **GHC Protocol:** Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte. Estándares y orientación para las compañías y otras organizaciones que estén preparando un inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI).
- **CDP:** Es una organización internacional, sin fin de lucro cuyo objetivo es proporcionar el mayor y más completo sistema global de difusión ambiental. Su sistema permite a las empresas de todo el mundo medir, conocer, gestionar y compartir datos sobre el cambio climático, los bosques y el agua.
- **ISO 14064:** Especificaciones para cuantificar, monitorear e informar sobre emisiones de gases de efecto invernadero (y su remoción)
- **ISO 14067:** Norma sobre el cálculo de la huella de carbono en producto, y su comunicación incluyendo el etiquetado.
- **ISO 14069:** Un documento guía para la cuantificación e informe de emisiones de gases de efecto invernadero para organizaciones.
- **ACV:** El Análisis de Ciclo de Vida es una herramienta metodológica que sirve para medir el impacto ambiental de un producto, proceso o sistema a lo largo de todo su ciclo de vida (desde que se obtienen las materias primas hasta su fin de vida)
- **ISO 50001:** destinada a conducir a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, de los costos de la energía y de otros impactos ambientales relacionados, a través de una gestión sistemática de la energía. Especifica los requisitos de un sistema de gestión de la energía (SGE). Proporciona a las organizaciones la forma de integrar la eficiencia energética a las prácticas actuales de gestión.

## Herramientas de Gestión, Comunicación y Reporte:

- **GRI:** Indicadores de Medio Ambiente.
- **COP PACTO GLOBAL:** Principios 7, 8 y 9
- **ISO 26000:** Materia fundamental Medio Ambiente.
- **AA1000:** diálogos con los grupos de interés.
- Guía para medir la contribución de la empresa a la sociedad: Marco para la medición del impacto socioeconómico del WBCSD
- **WBCSD:** guía para el diálogo con grupos de interés.
- **SDG COMPASS:** guía para la acción empresarial.
- **UNCTAD:** Guidance on Corporate Responsibility Indicators in Annual Reports.
- **UNESCAP:** EcoefficiencyIndicators Normas de Desempeño de la CFI





<http://pactoglobal.org.ar/>

[cuidandoelclima@pactoglobal.org.ar](mailto:cuidandoelclima@pactoglobal.org.ar)

[#CuidandoElClima](https://twitter.com/CuidandoElClima)