

Determinación de modelos normalizados de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA)

1. SISTEMA DE GESTIÓN

1.1 Principios de los sistemas normalizados de gestión

Un sistema de gestión es una herramienta que sirve a las empresas para la implantación de sus políticas de mejora, aplicación de la normativa vigente, la fijación y consecución de objetivos estratégicos, todo ello en un proceso de mejora continua.

- Sistema de gestión
- Sistemas de Gestión Ambiental (SGA)
- Modelos de SGA: ISO 14001 y Reglamento Europeo de Gestión y Auditoría Ambientales (EMAS)
- Proceso de integración de los sistemas de gestión ambiental con sistemas de gestión de calidad, seguridad y salud en el trabajo, seguridad alimentaria, entre otros
- Soporte documental del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y definición de su estructura según la tipología de la organización
- Control de documentos y registro

OBJETIVOS:

- Conocer los principales sistemas de gestión
- Saber qué es el ciclo PDCA o de Deming
- Aprender los principios básicos de los SGA
- Familiarizarse con los principales documentos y normativas de referencia ambiental
- Ver los principales modelos de responsabilidad social empresarial





- Conocer en qué consiste el comercio justo, sostenible y solidario
- Establecer los beneficios de implantar un SGA en la empresa
- Saber cuáles son las fases de implantación de un SGA y en qué consisten
- Familiarizarse con la norma ISO 14001 y el Reglamento EMAS
- Conocer los objetivos de la ISO 14001 y el EMAS, sus definiciones, sus requisitos y su relación entre sí
- Identificar otros modelos ambientales como biodiversidad, marketing ecológico, sellos ambientales, etc.
- Conocer cómo se integra un SGA con otros sistemas de gestión
- Establecer las ventajas de los sistemas integrados de gestión
- Identificar los elementos comunes y específicos de cada norma de gestión
- Saber para qué sirve la norma UNE 66177
- Aprender cual es el soporte documental del SGA y su estructura
- Conocer el contenido y la estructura de los principales documentos del SGA
- Familiarizarse con los contenidos mínimos y la redacción de los documentos internos de la empresa
- Conocer en qué consiste el procedimiento de Control de documentos y registros
- Saber cómo puede realizarse el Control de la documentación externa
- Establecer en líneas generales la sistemática de archivo, la recuperación de los documentos y sus distintos soportes

Los sistemas de gestión normalizados son sistemas cuyos requisitos están establecidos en normas de carácter sectorial, nacional, o internacional.

Las organizaciones de todo tipo y dimensión pueden utilizar sistemas de gestión normalizados debido a las múltiples ventajas obtenidas con su aplicación, tanto para la forma de organizar el trabajo como de cara al mercado.

Actualmente muchas son las empresas que han decidido abordar la gestión de determinadas áreas de gestión mediante la aplicación de normas reconocidas.

Estas normas constituyen pautas de gran utilidad que permiten dar estructura y fundamento a la manera de llevar a cabo unas determinadas actividades, y de ejercer un control sobre las mismas.

La calidad, el medio ambiente y la seguridad y salud en el trabajo son algunas de las áreas de gestión en las que fácil y rápidamente se pueden identificar normas internacionales que son ampliamente utilizadas por muchas organizaciones a nivel internacional, no obstante, existen sistemas de gestión normalizados para prácticamente todos los ámbitos empresariales.

Los principales sistemas de gestión son, entre otros:

- Sistema de Gestión de la Calidad.
- Sistema de Gestión Medioambiental.
- Sistema de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales.
- Sistema de Seguridad de la Información.
- Sistemas de Gestión de los Servicios de las TI.
- Sistemas de Gestión de la Documentación.

1.2 Ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Act) de Deming

La mejora continua es uno de los aspectos más importantes en un sistema de gestión. Las empresas deben realizar una serie de actividades para lograr un compromiso hacia la calidad total en todos los niveles.

Mediante la mejora continua se consigue:

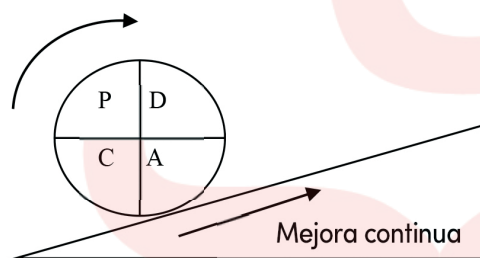
- Detectar y eliminar ineficiencias sistemáticamente.
- Prevenir fallos en todas las áreas para evitar problemas potenciales.

- Adaptarse permanentemente a las necesidades del cliente.

Una representación muy conocida del proceso de mejora es el ciclo de Deming, también conocido como ciclo PDCA. Edwards Deming ideó una estrategia de mejora continua de la calidad en cuatro pasos, muy utilizada por los Sistemas de Gestión. Las siglas, **PDCA** son el acrónimo de **Plan**, **Do**, **Check**, **Act** (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

- **Plan** (Planificar): Se desarrolla un plan para llevar a cabo mejoras concretas. Se busca la causa del problema y su solución.
- **Do** (Hacer): Se ejecuta el plan de mejora.
- **Check** (Comprobar): Se estudian, miden y observan los resultados de los cambios y se verifica si se han conseguido las mejoras previstas.
- **Act** (Actuar): Se institucionaliza la mejora pasando a ser norma, se abandona o se repite el ciclo.

Una buena representación gráfica al respecto es una rueda que, girando, va subiendo por una cuesta que representa la mejora continua.



El ciclo PDCA

Los resultados de la implementación de este ciclo permiten a las empresas una mejora integral de la competitividad, de los productos y servicios, mejorando continuamente la calidad, reduciendo los costes, optimizando la productividad, reduciendo los precios, incrementando la participación del mercado y aumentando la rentabilidad de la empresa u organización.

2. SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA)

2.1 Sostenibilidad

En las últimas décadas las actividades humanas están provocando profundas y negativas transformaciones en el medio ambiente y éstas, a su vez influyen en nuestra calidad de vida y la de nuestros bienes.

Las sociedades humanas han forjado el concepto de desarrollo sostenible para guiar nuestras actividades hacia un camino con nuevas formas de producción y consumo, nuevas formas de relacionarnos con la naturaleza y, en definitiva una nueva manera de crear empresas.

El concepto de sostenibilidad se entiende como el equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Para las organizaciones, el principio de sostenibilidad supone la necesidad de comunicarse con la sociedad en general y con grupos de interés concretos.

Para ser sostenible, una empresa tiene que:

- Mostrar su compromiso y ser transparente.
- Demostrar su capacidad para participar en los mercados competitivos.
- Planificar sus actividades.
- Posicionar a toda la organización en este principio de sostenibilidad.
- Cumplir la normativa.
- Transmitir el compromiso, transparencia y responsabilidad a sus socios, clientes, empleados, administraciones, etc.

Basándose en el principio de sostenibilidad, las organizaciones pueden llegar a conseguir una serie de ventajas, como pueden ser:

- Ampliar las oportunidades de negocio.
- Mejorar la confianza de los clientes y otros grupos de interés.
- Mejorar la imagen dentro y fuera de la organización.
- Aumentar el valor de la marca de la empresa.
- Facilitar la toma de decisiones.
- Equiparse de un medio de comunicación que facilite la transparencia en la gestión y por tanto mayor confianza y credibilidad.

2.2 Responsabilidad Social

La responsabilidad social es un concepto que se refiere a la carga, compromiso u obligación que los miembros de una organización tienen entre sí y para el conjunto de la sociedad. Con el término se introduce una valoración al impacto que una decisión determinada tiene en la sociedad.

La responsabilidad social de las empresas también se denomina responsabilidad social corporativa y tiene múltiples enfoques y comprensión, y su implantación suele estar orientada por algún marco de reconocimiento internacional.

La implementación de todas las actividades incluidas en el alcance de la responsabilidad social corporativa se pueden estructurar y llevar a cabo dentro de un sistema de gestión que abarque al menos a los siguientes aspectos:

- Asignación de responsabilidades de la Dirección. (Declaración de política y objetivos)

- Identificación de las expectativas de las partes interesadas.
- Planificación estratégica.
- Gestión de los recursos, procesos y sistemas.
- Medición y análisis
- Gestión del cambio y mejora continua.
- Impacto en las partes interesadas.

La incorporación de la responsabilidad social corporativa supone un desafío para la empresa, ya que se intenta responder a la gestión global de las organizaciones, definiendo, desarrollando, implantando y mejorando de manera continua un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa que dote a la organización de una herramienta estructurada y coherente, de gran potencia.

La empresa por el mero hecho de serlo y por el importante papel que juega en la creación de empleo y de riqueza, ya es por sí misma responsable, si cumple con la normativa.

Uno de los aspectos más importantes es que la aplicación de la responsabilidad social corporativa requiere considerar el efecto de las actividades de la organización en tres áreas de especial interés en nuestra sociedad:

- Área ambiental (Impacto de la actividad sobre el medio ambiente).
- Área social (Impacto de la actividad sobre las personas)
- Área económica (Impacto de la actividad en la generación de bienestar).

Una empresa que aplica la responsabilidad social corporativa se preocupa por la relación con todos sus grupos de interés de la compañía y la sociedad en su conjunto, mediante consulta y presentando de forma transparente cómo opera en esas tres áreas.

La responsabilidad social corporativa se pone en marcha y desarrolla como un programa de la organización, al que se van añadiendo iniciativas y la implementación de un sistema basado en procesos y del ámbito de la organización al completo.

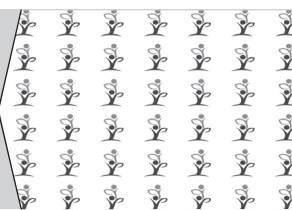
Los recursos utilizados por el sistema de gestión de responsabilidad social corporativa deben equilibrarse continuamente ya que cambian según las necesidades del proceso que, a su vez, están basadas en los requisitos del entorno del negocio.

Para conseguir un sistema de gestión de responsabilidad social la organización debe definir:

- Políticas, estrategias y objetivos de responsabilidad social corporativa.

Actividad 1

¿Qué significan las siglas PDCA? ¿Qué tienen que ver dichas siglas con un sistema de gestión?



- Modelo propio de RSC.
- Cómo gobernar la organización.
- Un diagnóstico de la situación actual respecto a la responsabilidad social corporativa.
- Mapa de riesgos.
- Plan de sostenibilidad.
- Derechos humanos.

2.3 Documentos de referencia normativa, guías, libro blanco, informes, entre otros

Hay multitud de modelos, marcos, guías, informes y artículos que generalmente ayudan para encontrar el camino específico de cada organización debe seguir entrono a la responsabilidad social y sostenibilidad.

Cada organización debe definir sus propios objetivos y saber qué es lo que quiere conseguir al implantar los procedimientos de la responsabilidad social corporativa.

La responsabilidad social corporativa incluye todos los **marcos** de procesos de negocio como pueden ser ISO 9001; ISO 14001, OSHAS 18001, EFQM, GRI, SA 8000, y cualquier otro que pueda ser requerido por la Organización.

Existe una **norma** concreta en esta materia, se trata de la norma internacional ISO 26000 - Gestión de la Responsabilidad Social. ISO 26000 es una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización. Esta normativa marca los estándares normalizados para conseguir que la organización cumpla con el principio de responsabilidad social, pero no tiene carácter de norma certificadora.

El informe de sostenibilidad es un instrumento de comunicación de los resultados de gestión responsable de una organización para crear las condiciones de intercambio transparente y fiable de información a través de la mejora continua de los propios informes.

El libro blanco de la responsabilidad social de las empresas en España es un informe elaborado por la Subcomisión Parlamentaria de responsabilidad social del Congreso de los Diputados con el objetivo primordial de potenciar la responsabilidad social en España. Ha sido aprobado por unanimidad de todos los grupos políticos españoles y cabe destacar que es el primer documento de este tipo aprobado por un Parlamento Europeo. Su conocimiento puede ayudar a conocer la visión y concierto de distintos grupos de interés sobre el concepto de responsabilidad social y cómo se puede fomentar, potenciar y gestionar la misma, tanto en empresas como en Administraciones Públicas y otros grupos de interés.

El libro blanco se divide en tres capítulos:

- Capítulo I: Supone el 10% del contenido global y analiza cómo está constituida dicha Subcomisión, cómo ha trabajado el diálogo social con los grupos de interés que ha consultado y quiénes forman estos grupos de interés:
 - a) Fundaciones y Organismos.
 - b) Consumidores.



- c) Expertos universitarios.
 - d) Medios de comunicación.
 - e) Fondos éticos.
 - f) Sindicatos.
 - g) Organizaciones Sociedad Civil.
 - h) Empresas y redes empresariales.
 - i) Consultoras y certificadoras de RSE.
 - j) Administraciones autonómicas y del Gobierno del Estado.
- Capítulo II: Es el núcleo del documento, supone el 80% del contenido global y presenta un resumen de las 61 comparecencias agrupadas por temas, exponiendo los distintos puntos de vista de los grupos de interés consultados sobre los diferentes aspectos de la responsabilidad social de las empresas: definición, contenidos, legislación, prácticas, reporte, verificación, etc.
 - Capítulo III: Supone el 10% restante y en él se muestran las conclusiones del capítulo anterior clasificadas en tres secciones:
 1. Constataciones: 30 conciertos alcanzados por los grupos de interés consultados y que muestran el estado actual de la RSE en España, con sus debilidades y fortalezas.
 2. Directrices generales: 10 pautas que enuncian aquellos criterios y enfoques que pueden ayudar a entender mejor las recomendaciones.
 3. Recomendaciones: 19 dirigidas a empresas, 29 a Administraciones Públicas y 9 a consumidores, inversores y otros grupos de interés, y todas ellas con el fin de desarrollar la responsabilidad social

de empresas en España mediante la propuesta de acciones de sensibilización, unificación de criterios en la gestión integral, informes de sostenibilidad, estímulos fiscales, etc.

2.4 Modelos de responsabilidad social empresarial

La Unión Europea define la responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa como la *“integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*.

Al gestionar el negocio de una forma novedosa, relacionando sus grupos de interés, han ido apareciendo una serie de normas o modelos de gestión y comunicación específicos para esta materia.

Todos estos modelos pretenden igualar o normalizar las prácticas a realizar en el ámbito de la responsabilidad social empresarial y beneficiar a las empresas obteniendo certificados que acrediten su buen comportamiento.

Como ya sabemos, existen modelos de gestión propios de grupos de interés concretos como son, entre otros, ISO 9001 de gestión de calidad, ISO 14001 de gestión ambiental, OHSAS 18001 de prevención de riesgos laborales, ISO/IEC 27001 de seguridad en la información, ISO/IEC 20000-1 de gestión de los servicios de las TI, ISO 30300 de gestión de la documentación, etc.

El conjunto de aspectos de responsabilidad social son englobados por modelos de gestión específica en esta materia, como son:

A. Global Reporting Initiative. GRI

Los promotores son CERES (Coalición de Economías Socialmente Responsables), y UNEP (Programa Medioambiental de Naciones Unidas). Con sede en Ámsterdam, se presentó formalmente en 2002.

Su enfoque es la comunicación de resultados y su especialidad es la triple cuenta de resultados: económico, ambiental y social.

Verificación: GRI acredita que la memoria se encuentra acorde con sus requisitos. La verificación de los datos ofrecidos puede realizarse por entidades auditoras de prestigio.

B. Accountability. AA1000

El promotor es AccountAbility, Instituto Internacional de Rendimiento de Cuentas Éticos y Sociales. Con sede en Reino Unido, fue creada en el 2003.

Su enfoque es la metodología de rendimiento de cuentas y relación con stakeholders, que podrían definirse como los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados positiva o negativamente.

Es una herramienta de autoevaluación y puede complementar a GRI en el “cómo” se comunican los datos de los indicadores. Su especialidad es el diálogo con stakeholders.

La verificación de los datos ofrecidos puede darse por entidades acreditadas por Accountability.

C. SA 8000

El promotor es SAI (Social Accountability International). Es una organización internacional con sede principal en Nueva York y oficinas en Europa que se creó en 1997 y fue revisada en 2001.

Su enfoque son los procesos de gestión. Su especialidad son los aspectos relacionados con condiciones de trabajo, incorpora requisitos de la Organización Internacional del Trabajo y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

La verificación de los datos ofrecidos puede darse por entidades como Bureau Veritas, SGS, DNV, entre otros.

D. SGE 21

El promotor es: FORETICA, que es una asociación sin ánimo de lucro creada en 1999. La norma SGE 21 se creó en el 2002 y fue revisada en 2005.

Su enfoque son los procesos de gestión, y su especialidad es la gestión de responsabilidad social de empresas.

La verificación de los datos ofrecidos puede darse por entidades como Bureau Veritas, SGS, DNV, entre otros.

2.5 Comercio justo, solidario y sostenible

Entendemos por comercio justo como una manera alternativa de comercio en el que se promueve una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores. Este tipo de comercio justo está promovido por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos.

En el comercio justo los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias que funcionan democráticamente. Este tipo de comercio rechaza la explotación infantil y promueve la igualdad entre hombres y mujeres. Se tiene como principio fundamental que los trabajadores realicen su labor con dignidad, respetándose los derechos humanos.

Es un comercio solidario porque intenta evitar la explotación de los trabajadores. Los productores reciben un precio que les permite condiciones de vida dignas y los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores tengan que buscar formas de financiarse.

Por lo general, se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores y se informa a éstos últimos acerca del origen del producto.

Todas las relaciones deben ser voluntarias, ya sean entre productores, distribuidores y consumidores y la iniciativa es libre. El comercio justo rechaza subsidios y ayudas asistenciales, ya que no es una ayuda, sino una forma de comercio.

Además, otro de los beneficios de este comercio es que se cuida del medio ambiente y se valora la calidad y la producción sostenible.

El comercio justo y solidario intenta evitar las grandes diferencias entre el precio que pagan los consumidores de países desarrollados y el precio que se les paga a sus productores en los países subdesarrollados.