

Premio The Platform Foundation

La responsabilidad social empresarial y el negocio sustentable: Estado de situación de las empresas uruguayas.

“Nivel de desarrollo de la Sustentabilidad del negocio de las empresas fabricantes de bolsas plásticas en Uruguay”.

Setiembre de 2016

Grupo “SustentaUY”

INDICE

Abstract	1
Introducción	2
1. Revisión Bibliográfica	5
1.1 Desarrollo sustentable	5
1.2 Sustentabilidad en la industria plástica	6
1.3 Performance ambiental de las bolsas plásticas.....	9
1.4 Reducción, Reutilización, Reciclaje, Recuperación y Degradación.....	10
1.5 Proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas Plásticas en Uruguay.....	13
1.6 Antecedentes sobre industria plástica en Uruguay.....	14
1.7 Preguntas de investigación.....	16
2. Metodología.....	18
2.1 Método y alcance.....	18
2.2 Muestra y diseño.....	18
2.3 El proceso de análisis de datos.....	22
3. Resultados.....	24
3.1 Fortalezas del sector.....	25
3.2 Debilidades del sector.....	30
3.3 Oportunidades a aprovechar.....	34
3.4 Amenazas del entorno.....	39
4. Conclusiones.....	45
4.1 ¿Cuál es el nivel de desarrollo de la sustentabilidad del negocio de las empresas fabricantes de bolsas plásticas en Uruguay?.....	45
4.2 Sugerencias sobre el análisis FODA.....	46
4.3 Reflexión final.....	49
5. Bibliografía.....	51

Abstract

La siguiente investigación sectorial sobre el estado de situación de la RSE y Sustentabilidad, estudia el nivel de desarrollo de la sustentabilidad en el sector de productores de bolsas de la industria plástica del Uruguay. Este trabajo se enmarca en una investigación cualitativa de tipo exploratoria, siendo ésta el estudio de caso de 4 empresas del mismo sector. Mediante entrevistas en profundidad a las empresas y a instituciones que las nuclean, y búsquedas de información en internet, se fueron recabando los datos que luego se enmarcaron en un análisis FODA. Las principales fortalezas del sector están representadas por su proceso productivo bajo en contaminación, el reciclaje incorporado como parte del proceso y la predisposición de sus Directivos a trabajar por la sustentabilidad. Con respecto a las debilidades nos encontramos con que el concepto de Sustentabilidad aún no ha madurado en el sector y con la ausencia de un espacio que lo fomente. Estas circunstancias conllevan que haya una difusa identificación de los stakeholders, no haya conocimiento acerca de reportes integrados, las acciones de RSE no estén integradas a un plan y que no se gestionen los residuos post-consumo. Las amenazas van por el lado de la tendencia a las reglamentaciones del consumo de bolsas y la competencia de productos importados y sustitutos. Las oportunidades se identificaron en las experiencias sectoriales regionales que pueden usarse como modelo, el acceso y potencial injerencia de las empresas sobre la cadena de suministros, así como la existencia de una máquina recicladora de plástico post-consumo (propiedad de una de estas empresas). Las sugerencias pasan por el trabajo sectorial, alineando los conocimientos y metas, para lo cual sería favorable considerar los modelos regionales y su expertise. Los principales aspectos a trabajar en conjunto deberían ser educación, investigación, políticas públicas, mejores prácticas, reciclado y tutela de los productos del plástico tal como lo hace la industria a nivel internacional; involucrando en este trabajo a toda la cadena de valor, posicionándose como líderes del cambio y generando sinergias. A nivel individual las propuestas serían evaluar certificaciones y adoptar reportes de sustentabilidad, empapando a toda la empresa en el camino hacia el desarrollo sustentable.

Introducción

Somos 7 billones de personas en este planeta y la tendencia es a que aumente la población cada vez más. Los recursos naturales están ante un inmenso desgaste. Tenemos calentamiento global, el agua potable es escasa y la energía es cara. Las fuentes de alimentos a futuro son inciertas, la brecha mundial entre pobres y ricos es cada vez más profunda. La sustentabilidad en los negocios se hace cada vez más frecuente y necesaria porque las industrias y grandes corporaciones son los principales usuarios de recursos naturales. Muchas empresas de primera línea lideran el camino hacia la sustentabilidad y muchas industrias se organizan para impulsarlo con fuerza de grupo. Los conceptos de biocapacidad, huella ambiental, triple línea de resultados, stakeholders y reporte integrado se difunden cada vez más.

Cuando surge la posibilidad de investigar acerca del estado de situación de las empresas uruguayas con respecto a la sustentabilidad, inmediatamente pensamos en la industria plástica. Que un sector tenga tantas contradicciones entre aportes grandísimos a la calidad de vida vs contaminación ambiental muy visible genera mucho interés, se deja ver como un gran desafío en sí mismo.

El plástico en sí tiene muy mala prensa por su impacto medioambiental derivado de una inadecuada gestión de la cadena de valor, en especial en la etapa de disposición final. La industria del plástico a nivel internacional está haciendo mucha fuerza para volver más sostenible al sector comprometiéndose en poner en marcha acciones en los campos de educación, investigación, políticas públicas, mejores prácticas, reciclado y tutela de los productos finales que vuelcan al mercado. Sin lugar a dudas la industria del plástico está en una posición ideal para liderar estos cambios y empujar hacia una economía circular, para lo cual las empresas del sector deben partir de la inclusión del ítem “capital natural” en sus reportes. El plástico tiene tantos y tan potentes beneficios que si su ciclo de vida es correctamente gestionado, está demostrado que su performance es mucho más adecuada que la de materiales alternativos.

En este estudio en particular nos centramos en las bolsas plásticas tipo camiseta, que son de los elementos más controvertidos, con una tendencia mundial a las regulaciones estatales donde se prohíbe su entrega gratuita en comercios, afectando visiblemente a la industria. Estas disposiciones gubernamentales van en la línea de reducir el consumo por habitante, promover su reutilización y reciclado, incorporar los aditivos que ayudan a la degradación y promover un cambio cultural y de hábitos en la población.

Encontramos que existe literatura sobre lo que es el desarrollo sostenible, estudios sobre la valuación de la industria plástica y sugerencias sobre su desarrollo hacia un horizonte sostenible. Hay estudios internacionales y regionales sobre la performance medioambiental de las bolsas plásticas, hay modelos de la forma de organizarse sectorialmente, hay normativa en desarrollo para reducir el consumo de bolsas plásticas. Y por último, sobre el empresariado uruguayo del plástico hay solamente algunas estadísticas de la ocupación del sector. Sin embargo no hay un estudio que una todo lo anterior y muestre su estado de situación con respecto a la sustentabilidad.

En Uruguay los productores de bolsas plásticas están integrados en instituciones que los nuclean, han trabajado en comisiones medioambientales para asesorar a la redacción de los proyectos de ley y planes de gestión sustentable de bolsas. Entonces se nos generaron varias inquietudes: ¿cuál era la composición del sector y su contexto económico, qué participación específica han tenido en los planes estatales y proyectos de ley, qué entienden por sustentabilidad de su negocio, qué acciones toman con respecto a RSE, cómo las comunican en sus reportes corporativos, cuál es su vínculo con sus stakeholders, son conscientes del ciclo de vida de los plásticos que producen, qué parte del ciclo de vida del producto tienen gestionado, qué parte de su producción reciclan, con qué fin, qué implicación tienen en la etapa post-consumo?

Mediante entrevistas en profundidad a las empresas y a instituciones que las nuclean, y búsquedas de información en internet, se fueron recabando los datos que luego se enmarcaron en un análisis FODA con respecto al nivel de desarrollo de la Sustentabilidad en el sector.

Las principales fortalezas del sector son su proceso productivo bajo en contaminación, el reciclaje incorporado como parte del proceso productivo y la predisposición de sus Directivos a trabajar por la sustentabilidad. Con respecto a las debilidades no han madurado el concepto de sustentabilidad y tampoco ha generado un espacio para hacerlo, hay una difusa identificación de los stakeholders, no tienen reportes integrados, las acciones de RSE no están integradas a un plan y no gestionan los residuos post-consumo. Las amenazas son con respecto a la tendencia a las reglamentaciones del consumo de bolsas y la competencia de productos importados y sustitutos. Las oportunidades van por el lado de las experiencias sectoriales regionales que pueden usarse como modelo, su acceso y potencial injerencia sobre la cadena de suministros, así como la existencia de una máquina recicladora de plástico post-consumo (propiedad de una de estas empresas).

Estamos convencidos de que esta industria puede desarrollarse y triunfar en un equilibrio con el medioambiente y la comunidad, pero en Uruguay particularmente notamos que es un sector que necesita orientación y sobre todo alinearse en conceptos y conocimientos con respecto a la Sustentabilidad. El trabajo debería ser a nivel sectorial, no por medio de esfuerzos individuales, tomando las riendas del asunto como líderes del cambio y generando sinergias con toda la cadena de valor. Involucrarse en el reciclaje post-consumo, estudiar la posibilidad de certificaciones y reportes integrados, trabajar en investigación y educación a diferentes stakeholders...

Por su valiosísimo aporte al desarrollo económico del país desde hace más de 60 años (emplea una cantidad importante de trabajadores, apoyan a la comunidad en que se localizan que en su totalidad son zonas carenciadas, hacen su aporte impositivo de sus balances rentables, entre otras virtudes), y a la calidad de vida en general por los productos que fabrican, es un sector que se merece una integración de toda la información que está diseminada como base para estar alineados y poder tomar acciones en común. Y de esta forma, este trabajo pretende ser un gran aporte a la industria, desde la academia, con resultados muy ilustrativos y conclusiones concretas y prácticas.

1 Revisión Bibliográfica

1.1 Desarrollo sustentable

“Preocupaciones sobre el impacto social y medioambiental de la actividad económica han sido expresadas por filósofos y políticos a lo largo del tiempo y se remontan a través de los siglos hasta la Antigua Babilonia. En la segunda mitad del SXX, a medida que la escala de las actividades económicas y particularmente los sistemas de consumo y producción hacían que ese impacto deviniera más obvio e intenso, hubo nuevas formulaciones sobre este tema (...) En 1987 la Comisión Mundial sobre Medioambiente y Desarrollo de la ONU (más conocida como la comisión Brundtland) publicó el icónico reporte *Our Common Future* que presentaba el concepto de desarrollo sustentable como *satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las habilidades de futuras generaciones de satisfacer las suyas*. El reporte reconocía la interdependencia entre el entorno natural, el bienestar social y la actividad económica, y la necesidad de establecer y mantener un equilibrio dinámico entre estos tres elementos” (Belz, Frank-Martin and Peattie, Ken, 2013).

“Las corporaciones son los mayores instrumentos de producción económica y los mayores usuarios de los recursos naturales (...) A comienzos del siglo XXI, los *business leaders* comenzaron a entender que la sustentabilidad medioambiental y social podía contribuir a sus ganancias positivamente, a su vez que a su posición competitiva en el mercado” (Martin, Diane M and Schouten, John W, 2011). Así fue como los representantes de compañías reconocidas a nivel mundial fueron co-creando organizaciones sin fines de lucro para aunar esfuerzos en este sentido, tales como: BSR (organización global sin fines de lucro de más de 25 años de vida que trabaja con una red de más de 250 compañías miembro para construir un mundo sustentable// bsr.org) ; The B Team (iniciativa sin fines de lucro formada por un grupo global de líderes de negocios para catalizar una mejor forma de hacer negocios, para el bienestar de las personas y el planeta// bteam.org); y WBCSD- The World Business Council for Sustainable Development (organización liderada por CEOs de compañías que tienen un pensamiento futurista que exhorta a la comunidad de negocios internacional a crear un futuro sustentable para los negocios, la sociedad y el medioambiente// wbcSD.org). Éstas y otras iniciativas fueron confluyendo en “We Mean Business” (WMB). WMB es una coalición de organizaciones trabajando con miles de los más influyentes *business leaders* e inversores a nivel mundial y que reconoce que la transición a una **economía “low carbon”** es la única manera de

asegurar un crecimiento sustentable y una prosperidad segura para todos (We Mean Business 2016).

Estas iniciativas coinciden con el pensamiento de Belz, Frank-Martin and Peattie, Ken, (2013) de que el desarrollo sustentable no está basado en una agenda de “cero crecimiento” económico sino en asegurar que el nivel de recursos que consumimos no exceda lo que el planeta pueda proveer y sostener en términos de recursos naturales (**biocapacidad**), lo que deviene en el concepto de huella ecológica (**eco-footprinting**). Advierten que hay muchas razones económicas para el negocio de perseguir la sustentabilidad social y medioambiental, y que todas ellas confluyen en una estrategia competitiva de largo plazo: estar un paso delante de las regulaciones estatales, optimizar costos, ganancias en innovación, recursos humanos más comprometidos y con sentido de pertenencia, diferenciación de la competencia (ventaja competitiva genuina y sólida). Además refieren al concepto de la **Triple Línea de Resultados** (Triple Bottom Line o TLB), es decir los impactos económicos, medioambientales y sociales de una organización o también conocido como las **3 Ps (People, Planet, Profit)**: “cada componente del TBL incluye puntos de referencia medibles y específicos que pueden ser utilizados para perseguir la ventaja competitiva. Medidores económicos incluyen los tradicionales de ventas, ganancias, retorno de la inversión, impuestos, flujos monetarios, etc. Medidas medioambientales incluyen calidad del aire y el agua, uso de energía, residuos creados por el sistema productivo. Medidas sociales incluyen prácticas laborales, accidentes laborales, ayuda a la comunidad, seguridad del producto, etc”.

Esto nos lleva a que uno de los aspectos fundamentales en el camino de las empresas hacia la sustentabilidad es la **transparencia** en sus acciones en la triple línea de resultados y la necesidad imperiosa de **reportar su desempeño ambiental y social para sus stakeholders (grupos de interés)**. “Este es un momento importante y los reportes de sustentabilidad contienen una riqueza de información que los **stakeholders** pueden y deben usar para informarse a la hora de tomar decisiones” manifiesta Michael Meehan en “The Next Era of Corporate Disclosure: Digital, Responsible, Interactive”, una publicación digital del Global Reporting Initiative (GRI, 2016).

1.2 Sustentabilidad en la industria plástica

Dentro de los productos finales generados por la actividad industrial, el plástico está generalmente considerado por la opinión pública como un depredador del medio ambiente, debido a su visibilidad como residuo acumulado en el ambiente y en los

océanos. Un estudio reciente encontró que la cantidad de plástico que llega al océano desde los continentes excede las 4.8 millones de toneladas (Marine Litter Solutions 2015).

El proyecto “Marine Litter Solutions” (soluciones para los residuos creados por la humanidad que van a los mares) fue concebido precisamente por el sector de la industria plástica y tiene como misión lograr océanos más limpios. Bajo la creencia de que la humanidad puede efectivamente aprovechar los beneficios del plástico mientras que también gestione adecuadamente su disposición final y/o recicle el plástico usado, las organizaciones vinculadas al plástico a nivel mundial se unieron en 2011 para formular una declaración conjunta: *The Declaration of the Global Plastics Associations for Solutions on Marine Litter*. Desde su nacimiento, 60 organizaciones de 34 países han firmado voluntariamente el documento, el cual obliga a los firmantes a comprometerse en seis áreas: educación, investigación, políticas públicas, mejores prácticas, reciclado y la tutela de los productos del plástico. A la fecha el pacto cuenta con 260 proyectos relacionados con soluciones acerca de la basura marítima.

Uno de los partners firmantes es la American Chemistry Council, cuya División Plástico apoyó la investigación de Trucost “Plásticos y Sustentabilidad: una valoración de los beneficios y costos ambientales y las oportunidades para una mejora continua”. Este estudio se construyó sobre los hallazgos previos de reportes pioneros como *Valuing Plastics* también de Trucost (UNEP 2014) y *The New Plastics Economy Rethinking the Future of Plastics* (Ellen MacArthur Foundation 2016) de Foro Económico Mundial que examinaron los costos ambientales de utilizar plásticos. Este último estudio está basado en métodos de contabilidad del capital natural, que miden y valúan el impacto medioambiental- consumo de agua y emisiones al aire, tierra y agua- que no son incluidos normalmente en estados financieros tradicionales.

Mientras que algunos estudios entre el 2011 y el 2013 habían sugerido que la sustitución del plástico por materiales alternativos (papel, aluminio, acero y vidrio) podría tener un costo medioambiental neto mayor aún, se cuantificó en 2016 que dicho costo de usar plástico en bienes de consumo y empaque es 4 veces menor que las alternativas manejadas (Trucost, 2016). Esto es básicamente porque el plástico al ser resistente pero liviano colabora con la utilización de menos material en la fabricación y provee beneficios medioambientales en el ciclo de vida de los productos y empaques de plástico (Marine Litter Solutions 2016). Otros hallazgos y recomendaciones clave de la investigación en cuestión (Trucost, 2016) son:

- La mayor fuente de costo medioambiental son la producción y el transporte del plástico y plantea de qué forma se podrían ahorrar 33 billones de dólares de dicho costo interviniendo en la fuente de energía (100% low-carbon), diseño de packagings en sector de comida, bebida y helados y en la eficiencia energética de la flota de vehículos que transporta plástico.
- Moverse hacia una economía circular (extrayendo el máximo valor de los recursos en uso y recuperando los materiales al fin de su vida útil) puede reducir estos costos medioambientales: aumentando el reciclado de plásticos post-consumo (al 55%) y minimizando el relleno sanitario (a un máximo del 10%). Este paper considera que se requieren intervenciones para una transición del sector hacia una economía circular, donde la colaboración de los stakeholders de la cadena de valor es clave: productores, recicladores, marcas, legisladores y academia. Necesitan comunicarse para identificar las mejores opciones para innovación e implementación. La legislación en la gestión de residuos y la responsabilidad del productor asegurará la materia prima para futuras generaciones.
- Capturar la basura derivada del plástico antes que llegue al océano puede reducir los costos medioambientales en cerca de 2.1 billones de dólares. Y la clave para esta reducción es la mejora de la recolección y gestión de residuos municipales. En las economías en desarrollo fundamentalmente es crítico realizar inversiones en extender los servicios municipales de recolección de basura y mejorar las prácticas de gestión de residuos que están yendo a contramano de los desafíos de minimizar los plásticos vertidos al océano.
- La industria de producción del plástico tiene una influencia directa sobre los costos medioambientales del plástico utilizado en el sector de bienes de consumo, entre otros sectores. También tiene una influencia indirecta vía prácticas de gestión en su cadena de suministro. Se encuentra entonces posicionada idealmente para liderar considerables mejoras en la performance medioambiental en dicha cadena de valor. También puede jugar un rol fundamental en encaminar la transición hacia una economía circular involucrándose más activamente con recicladores para optimizar la eficiencia de los procesos de recuperación del plástico. Ejemplos de esto son la estandarización de los tipos de formatos de materiales y empaques que permite una selección y separación más eficiente del plástico post-consumo.
- La adopción del rubro “capital natural” en la contabilidad del sector del plástico puede ayudar a las compañías a comprender el nivel de su impacto medioambiental y su potencial exposición a costos incrementales surgidos de

la profundización en regulaciones medioambientales o presión de los consumidores a mejorar su performance medioambiental. Más aún, estas técnicas permiten a las compañías evaluar y comunicar los beneficios medioambientales derivados de inversiones en que se haya embarcado para eficientizar procesos e innovar en productos que mejoran la performance medioambiental.

1.3 Performance ambiental de las bolsas plásticas.

De todos los elementos fabricados con plástico, las bolsas plásticas con su uso sumamente extendido a todas las áreas de la vida moderna, son de los elementos más controvertidos en cuanto a su impacto medioambiental. Por su liviandad son capaces de ser arrastradas miles de kilómetros y también ser ingeridas por la fauna marina que las confunde con alimentos. Las bolsas tanto plásticas como de papel son casi el 10% de toda la basura de los cursos de agua del planeta, ocupando el 2° lugar luego de las colillas de cigarrillos que son el 25% del total (Marine Litter Solutions 2016).

También está en cuestionamiento su procedencia ya que se elaboran a partir de un recurso natural no renovable, así como su largo período de descomposición al fin de su vida útil, agravado por la controversia con respecto a los diferentes métodos oxio-bio-degradables. De hecho en la exposición de motivos del Proyecto de Ley de Uso sustentable de bolsas plásticas que fue enviado al Parlamento uruguayo el pasado 11 de Julio de 2016, se expresa que “Los impactos medioambientales generados por el uso indiscriminado de bolsas plásticas se presentan en todo su ciclo de vida, desde la etapa de fabricación debido al consumo de materias primas y energía, y a la generación de residuos sólidos y emisiones gaseosas, hasta su eliminación inadecuada, que contamina principalmente masas de agua y supone una amenaza para los ecosistemas a nivel mundial. Dado su bajo peso, las bolsas plásticas mal dispuestas tienen muy alta y fácil dispersión, afectando el paisaje tanto urbano como rural y generando obstrucciones en los desagües y sistemas de drenaje pluvial”.

Dentro de la literatura generalmente se encuentra una imagen del plástico altamente negativa, y es así que la entidad Plastivida Argentina en 2007 ya expresaba que la falta de información técnico-científica responsable y desinteresada es una de las causas de que el mencionado asunto (impacto medioambiental de estos elementos) se siga aún discutiendo sin arribarse a entendimientos definitivos a nivel educativo, industrial y legislativo (Plastivida, 2007).

Es importante destacar que solo el 4% del total del petróleo y gas que se extrae se destina a la industria del plástico y el 3% a la industria química, denominada petroquímica, mientras que todo el resto (93%) se usa como combustible para uso doméstico, industrial, transporte (naftas, gasoil, etc.) y para la generación de energía eléctrica (Ecoplas, 2011).

Las bolsas de comercio fabricadas con polietileno y polipropileno aparecieron en la década del 70 y desde entonces han tenido una aceptación generalizada por las ventajas que tienen con respecto a materiales alternativos: una bolsa chica de supermercado pesa entre 5 -7 g y puede soportar una carga de hasta 10 Kg de mercadería. Ningún otro material usado comercialmente llega a estos valores de eficiencia mecánica, es decir 1700 veces su propio peso (Plastivida, 2009). Al ser resistente, sanitariamente segura, impermeable y liviana, cumple una valiosa función de permitir trasladar productos protegiéndolos del deterioro de manera segura y práctica. También posibilita varias formas de reuso, y en su etapa final post-consumo puede transformarse en materia prima para la Industria del Reciclado de los Plásticos (Ecoplas, 2013). Es un hecho comprobado que las bolsas de supermercado son re-usadas para una variedad de propósitos en el hogar. El re-uso más común es destinarla al uso de bolsa para los residuos domésticos, así como bolsa para ropa húmeda en bolsos, para zapatos en las valijas, etc. Estudios realizados en Europa indican que 4 de cada 5 hogares re-usan las bolsas de supermercado principalmente como bolsa de residuos (Plastivida, 2007b).

En Plastivida 2007b se advierte que si se optaría por el uso de las bolsas de papel se tendría un aumento del peso de seis veces y ocuparía diez veces más espacio lo que significaría mayor costo de transporte, manipuleo y almacenamiento, lo que implica también mayor contaminación. Estudios realizados de rellenos sanitarios indican que los productos de polietileno representan sólo un 7% del peso del total de los rellenos sanitarios y las bolsas de comercio de polietileno un porcentaje ínfimo de este total. Debe tenerse en cuenta que por evaluaciones efectuadas el papel y cartón (envases, diarios, revistas, etc.) ocupa un 24 % del espacio de los rellenos sanitarios es decir diez veces más que las bolsas de comercio. Para fabricar 50.000 bolsas de papel el consumo de madera es de 3628 Kg lo que representan 732 troncos de 1,20 mts de largo y 10 cm de diámetro.

1.4 Reducción, Reutilización, Reciclaje, Recuperación y Degradación

En Ecoplas (2011) la Valorización del plástico incluye todas las posibilidades de tratamiento para recuperar los plásticos post consumo. Estas prácticas se agrupan en

el Principio de las 4 R: Reducir, Reusar, Reciclar, Recuperar. Al aplicarlas no sólo reduce al mínimo la cantidad de materiales destinada al relleno sanitario, sino que se contribuye a la protección del medio ambiente en varios aspectos.

Para lograr un proceso efectivo de Valorización del plástico Ecoplas (2011) sugiere la implementación de:

- Educación a los ciudadanos para la práctica hábitos de consumo responsable: con información correcta sobre los materiales plásticos recuperables, el valor de su aprovechamiento y los beneficios que representa el medio ambiente y para la calidad de vida.
- Sistemas de Gestión Integral de los Residuos que incluyan: la separación domiciliar -o separación en origen-, la recolección diferenciada, la recuperación y clasificación de los reciclables y el Reciclaje de los mismos.

En la etapa de Reducción de la fuente de los desechos plásticos, se hace referencia a la posibilidad de disminución en todas las etapas del ciclo de vida del producto: diseño, producción, distribución, consumo y disposición final. En toda la cadena de valor hay infinidad de actores que pueden colaborar (proveedores, fabricantes, usuarios, legisladores, municipios, etc) con reducir. Algunas prácticas importantes para este fin pueden ser cambios en las materias primas (material reciclado por ejemplo), el uso de otras tecnologías para producir, la transformación del diseño, etc.

Reusar fue mencionado en el punto 2.3 de este capítulo haciendo referencia a lo expuesto en Plastivida (2007b), bajo el típico ejemplo del reúso de las bolsas de supermercado en bolsas de basura.

En Ecoplas (2011) se mencionan dos formas de reciclar, mecánicamente o químicamente a los residuos plásticos para volver a usarlos en la misma aplicación u otro uso. De hecho el paso de Recuperar, lo define como recuperar la energía que contienen los residuos plásticos mediante el reciclado energético, es decir un tercer tipo de reciclado. El plástico es un material que es 100% reciclable (Cempre, AUIP, Ecoplas 2016) y reciclarlo tiene varias ventajas frente a la utilización del material virgen, como por ejemplo el ahorro de divisas al país derivadas de la importación de la materia prima. “Por otra parte, se ha demostrado que el consumo de energía en el reciclado del plástico es menor al necesario para la fabricación a partir de material virgen” (Cempre, 2016).

De todas formas, el hecho de que el reciclaje no sea una práctica tan extendida se debe a que existen varios factores que la limitan. En Cempre (2016) se habla de las siguientes barreras al reciclaje:

- Diversidad de resinas plásticas no identificadas: se las debe identificar y clasificar correctamente antes de reciclarlas, pero muchas veces los plásticos no están identificados con su correspondiente simbología. La calidad y resistencia resultante del reciclado disminuye si se parte de resinas plásticas mezcladas.
- La presencia de contaminantes (plásticos sucios): hace más complicado su procesamiento y también su calidad final, por lo cual tiene incidencia directa en el precio para el reciclador. Estos contaminantes suelen ser papeles, restos orgánicos, metales, etc,
- Dependencia de la industria del reciclado del precio del petróleo: el precio que se paga por la compra de plásticos para su reciclaje varía fuertemente según el precio del petróleo porque compite con el material virgen. Esto hace muy variable al negocio del reciclaje, lo que le quita atractivo para el inversor.

Con respecto a datos de reciclaje de plásticos en el país, se accede a través de Cempre (2016) a estadísticas de Asociación de Recicladores de Plásticos de Uruguay. ARPU funcionaba por el año 2004 en el país y en aquel momento relevó que se reciclan alrededor de 650 toneladas de plástico por mes. De esa cifra, las bolsas camiseta representan un porcentaje muy bajo: se estima que sólo el 1% de ellas es reciclado. Aunque no presenten ninguna dificultad para ser recicladas, la cantidad que llega a las empresas recicladoras era muy baja, por lo que no resultaba rentable procesarlas. Como las hay de diversos colores- y en general están impresas-, sólo pueden ser utilizadas para la fabricación de productos negros, como bolsas de residuos y caños para riego. Por su parte, las bolsas con aditivos oxobiodegradables no se pueden reciclar mecánicamente.

Según definición de Cempre (2016), los oxo-degradables son plásticos convencionales a los que se les agrega un aditivo que acelera su proceso de degradación. De esta forma, dependiendo de la cantidad de aditivo, pueden tardar 6 meses, un año, tres años o el tiempo para el que fueron diseñados, en degradarse. En Plastivida (2009b) se explica como para que el proceso de la biodegradación pueda ser aprovechado eficientemente como medio de tratamiento de desechos, en el marco de un sistema de gestión de residuos sólidos urbanos, hacen falta plantas de compostaje en donde se generan las condiciones controladas necesarias de aire, humedad, microorganismos,

temperatura, etc. La correcta gestión de los residuos de cualquier tipo, implica que no deben ser llevados a un basurero a cielo abierto ya que muchos de ellos (bolsas de papel, de plástico, botellas plásticas, papeles, textiles, hojas de árboles, cartones, etc), por la combinación de su bajo peso específico y por la forma que poseen cada uno de ellos, vuelan por la acción del viento.

1.5 Proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas Plásticas en Uruguay

El pasado 11 de julio el Poder Ejecutivo envió al Parlamento un proyecto de ley sobre el uso sustentable de bolsas plásticas. Según informó Presidencia a Observador (2016), “el proyecto busca prevenir y reducir el impacto ambiental que las bolsas plásticas tienen en los ecosistemas dado que por lo general quedan dispersas en el paisaje urbano y rural. El mismo apunta a prohibir la entrega gratuita de las mismas y a obligar a los puntos de venta a elaborar un sistema de recolección, así como promover el uso de bolsas reutilizables. De acuerdo con el proyecto, quedará prohibido la fabricación, importación, distribución, venta o entrega de cualquier título de bolsas plásticas que no cumplan las características establecidas en la ley. En ese sentido, solo podrán entregarse al usuario bolsas plásticas cuyo fabricante o importador haya obtenido el certificado correspondiente. Asimismo, la ley también obliga a los puntos de venta a realizar o participar en campañas de difusión y concientización, a identificar las bolsas que suministren, a contar con un sistema de recolección de residuos de estos artículos y a ofrecer a la venta bolsas reutilizables. El proyecto establece que la fijación del precio mínimo para la venta de las bolsas así como las condiciones de facturación deberán ser elaboradas por los ministerios de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA) y de Economía y Finanzas (MEF). Estos también deberán fijar los mecanismos para el control del cumplimiento de la norma. De aprobarse, las norma entrará en vigencia un año después de su fecha de publicación”.

Para la elaboración del mismo se consideró el Plan de Acción Estratégico para la Gestión Sustentable de Bolsas Plásticas, elaborado por la DINAMA (Dirección Nacional de Medio Ambiente) en setiembre de 2009, y otros antecedentes, como la Ley de Envases y Residuos de Envases (Ley N° 17.849, de 29 de Noviembre de 2004) y su reglamentación (Decreto 260/007, de 23 de junio de 2007).

Dicho Decreto en su artículo 13 ya obligaba a los establecimientos comerciales de grandes superficies a implementar acciones para minimizar la generación de residuos de bolsas plásticas y a elaborar planes de gestión para su uso racional, reuso y reciclado. Posteriormente en el Plan del MVOTMA se reconoce la utilidad de las

bolsas plásticas tipo camiseta y en el mismo se especifica que no se promueve su desaparición, sino la disminución de su uso abusivo y no responsable. Se trató de un programa a aplicar en el período 2009-2015 con instrumentos, acciones, plazos y responsables para ser alcanzados. Estaba basado en 5 líneas estratégicas con objetivos específicos cada una: (1) reducción del consumo promedio de bolsas plásticas por habitante; (2) promoción del reuso y reciclado de bolsas plásticas; (3) sustitución de materiales tradicionales por otros de más fácil degradación; (4) mejora de la gestión de residuos sólidos urbanos; (5) promoción de un cambio cultural en la población hacia un uso responsable y racional de bolsas plásticas. En el punto (2) específicamente se planteaba que para el 2011 el 80% de las bolsas camiseta de las grandes superficies fueran de materiales oxibiodegradables o biodegradables, y que para 2015 el 100% de las mismas de estos centros comerciales tuviera estas características, así como el 50% de la totalidad de bolsas camiseta del mercado tuviera estas características.

1.6 Antecedentes sobre industria plástica en Uruguay

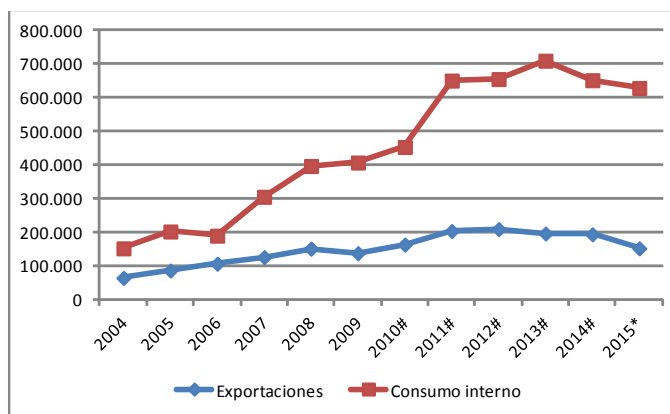
La industria del plástico está presente en Uruguay desde los años 50 y según cifras del BPS actualmente nuclea a 256 empresas e involucra unos 5.500 trabajadores (AUIP, 2016). Dentro de la industria plástica encontramos diferentes sectores: la producción de materias primas, de productos semi elaborados y de productos terminados; y la industria del reciclado de los plásticos.

Según datos del BCU, en el año 2015 el sector “Fabricación de productos de caucho y plástico” contribuyó al Producto Bruto Interno con más de quince mil millones (\$15.757.499.871) de pesos. Representa un 3% del total del aporte de la industria manufacturera, la cual en su conjunto tiene un peso del 23% en el PBI.

A noviembre de 2015 la estructura del mercado de plásticos del Uruguay era la siguiente (Deloitte SC, 2015):

Estructura del mercado uruguayo

	Exportaciones	Consumo interno
2004	64.839	152.421
2005	86.742	202.548
2006	106.965	190.277
2007	126.574	305.800
2008	151.688	397.202
2009	138.219	407.438
2010#	163.718	453.607
2011#	203.994	650.760
2012#	209.718	655.271
2013#	196.693	710.189
2014#	194.105	651.797
2015*	152.675	629.051



En miles de dólares

Según datos de Encuesta de Actividad Económica 1998-2009

Estimaciones propias Deloitte

* Proyecciones Deloitte

De estos mismos cuadros surgen las cifras del destino de los productos plásticos (exterior y plaza). Si comparamos el desfasaje entre ambos mercados: en 2004, se vendía en plaza un poco más de un 100% que en el exterior; mientras que en el año 2013 de récord de ventas en mercado interno, se vendió más del 261% dentro de Uruguay que lo que se exportó. Desde hace más de 10 años que el mercado interno ha venido creciendo a tasas muy por encima de las demostradas por el mercado externo. En la síntesis del sector la consultora estima que “la oferta total de productos plásticos se ubicaría en U\$S 782 millones (de dólares) en 2015, registrando una caída próxima al 8% respecto a 2014” (Deloitte SC, 2015). Y un descenso del 15% si comparamos con 2013. De esa disminución, la producción nacional es la que tendría la mayor recaída siendo ésta de un 9% mientras que las importaciones del sector caerían pero en menor medida, un 4%. La composición de dicha oferta sería 72% producción nacional vs 28% importaciones competitivas. Qué es lo que está ocurriendo en el mercado con la demanda para que se de este freno en la oferta? Pues “por el lado de la demanda, las exportaciones de productos plásticos acusarían una baja significativa (de 21%) situándose en aproximadamente U\$S 153 millones. De esta manera, el consumo interno aparente (que incluye variación de stocks) caería 3% este año y se ubicaría en U\$S 629 millones” (Deloitte SC, 2015).

Con respecto al nivel de actividad del sector, Deloitte (2015) es categórico sobre el descenso de la misma: “la actividad de la industria de productos plásticos medida a través del Índice de Volumen Físico publicado por el INE acusó una caída interanual de 7% en enero-setiembre de este año. En tanto, el Índice de Horas Trabajadas y el número de personas ocupadas descendieron 10% y 11% respectivamente en ese período”.

Las referencias bibliográficas del sector productor de bolsas plásticas se remontan al año 2008 y están brevemente descriptas en el Plan de Acción Estratégico para la Gestión Sustentable de Bolsas Plásticas: “La mayor parte de las empresas fabricantes de bolsas plásticas en el Uruguay están nucleadas en AUIP (...) Dentro de la asociación son 12 las empresas abocadas a la fabricación de film y bolsas plásticas, ocupando unos 900 puestos de trabajo, 400 de los cuales están relacionados directamente con la fabricación de bolsas. Según datos de la AUIP, se estima que existen otras 10 empresas, algunas informales y otras no asociadas, que sumarían otros 200 puestos de trabajo adicionales vinculados a la producción de bolsas plásticas”. Con respecto al sector importador de bolsas plásticas, expresa el documento que “el sector está integrado por pocas empresas y las importaciones de bolsas “camiseta” representaron en el año 2008, el 20% del consumo anual total de bolsas plásticas utilizadas como envase secundario”.

1.7 Preguntas de Investigación

Entonces una vez repasados todos los conceptos incluidos dentro del desarrollo sustentable que todo tienen que ver con la responsabilidad empresarial y una vez consabido lo que hace específicamente la industria plástica a nivel internacional para empujar el mismo; una vez esclarecida la performance ambiental de las bolsas plásticas, las implicancias de la biodegradación y los pasos para una gestión adecuada de las mismas (4Rs); una vez informada la tendencia internacional de la regulación del uso de las bolsas plásticas; y una vez conocida la situación de la industria plástica a nivel nacional, nos surgen las inquietud de *¿cuál es el nivel de desarrollo de la sustentabilidad del negocio de las empresas fabricantes de bolsas plásticas en Uruguay?*

Este interrogante engloba varias preguntas que contribuyen su esclarecimiento final y se pueden dividir en dos bloques de cuestionamientos:

Preguntas sobre la industria:

¿En Uruguay existen instituciones integradas por empresas del sector que trabajen activamente por ser fuente en materia de sustentabilidad de la industria plástica?

¿Existe consciencia de que la industria está posicionada idealmente para liderar el cambio hacia una economía circular?

¿Qué camino han recorrido juntos como grupo hacia este fin? Y por qué?

¿Cuál es el estado de situación de la RSE en dicho sector?

¿Cuán reactivo o proactivo es el sector con propuestas hacia la sustentabilidad frente a reglamentaciones estatales? ¿Qué participación han tenido en los planes estatales y proyectos de ley?

Preguntas sobre las empresas en forma individual:

¿Qué entienden las empresas de la industria del plástico en Uruguay por sustentabilidad de su negocio? ¿Las empresas uruguayas del sector de bolsas plásticas tienen claro qué implica la sustentabilidad en su negocio?

¿En qué medida trabajan activamente en las 3 Ps en forma individual?

¿Qué acciones toman con respecto a RSE? ¿Cómo las comunican en sus reportes corporativos? ¿Cuál es su vínculo con sus stakeholders?

¿Son conscientes del ciclo de vida de los plásticos que producen? ¿Qué parte del ciclo de vida del producto tienen gestionado?

¿Qué parte de su producción reciclan? ¿Con qué fin?

¿Qué implicación tienen en la etapa post-consumo?

¿Cómo han encarado la diversificación frente a la retracción del consumo de las bolsas plásticas frente a la tendencia en regulaciones estatales?

2 Metodología

2.1 Método y alcance:

Este trabajo se enmarca dentro de una investigación cualitativa de tipo exploratoria según la tradicional clasificación en Hernández, Fernández y Baptista (1997). Se trata de una primer aproximación a la sustentabilidad en la industria del plástico en nuestro país, profundizando en el sector de productores de bolsas plásticas. Se trata del estudio de caso de 4 empresas de la misma industria. Dado que no se han encontrado estudios de ningún tipo (exploratorios, descriptivos, correlacionales o explicativos) sobre el tema en cuestión, entendemos que no hay un grado de desarrollo de conocimiento del mismo como para partir de otra clase de estudio que no sea exploratorio. Por ser un tema de investigación que no ha sido abordado antes en Uruguay bajo esta óptica y debido a que hay limitaciones como que la información que hay está muy dispersa, la idea es abordarlo de forma que se pueda ordenar el panorama en un estudio que sirva de base para futuras investigaciones más rigurosas.

Se decidió abarcar el sector de bolsas camisetas básicamente por dos razones:

- (A) Porque la industria del plástico en Uruguay es muy diversa y heterogénea tal como fue explicado en la parte 1.6 del capítulo 1 de esta investigación, cada sector cuenta con procesos productivos bien diferenciados, estructuras de costos completamente diferentes y mercados muy dispares. Se considera que sería inabarcable para esta investigación o los resultados tremendamente genéricos.
- (B) Porque el sector de bolsas plásticas es un segmento que está muy movilizado actualmente por el curso que están tomando las normativas estatales respecto al uso sustentable de bolsas plásticas. Es un tema muy controvertido con un posicionamiento bastante definido en la opinión pública y que sigue una tendencia a la reducción de las bolsas.

2.2 Muestra y diseño:

La muestra son las empresas fabricantes de bolsas camiseta más representativas del mercado según datos brindados por AUIP. Entre estas cuatro empresas se produce casi el 90% de la producción nacional formal de bolsas camisetas. Por eso pensamos que son las más representativas.

En este punto vale recordar la interrogante de la investigación, para luego adentrarnos en la decisión de investigarla por medio de varios métodos: *¿cuál es el nivel de*

desarrollo de la sustentabilidad del negocio de las empresas fabricantes de bolsas plásticas en Uruguay?

Una de las herramientas empleadas fue **entrevistas en profundidad** con los representantes de las 4 empresas de la muestra, con un cuestionario “estándar” de base idéntico para todos los casos. Con dicho cuestionario se pretendía:

- (A) que actuara como carta de presentación de la investigación y así facilitar la oportunidad de entrevista con cada representante. Para ello tuvo que tener un lenguaje claro y concreto de forma que se entendiera la información a recabar, aportando a aumentar la chance de generar la entrevista.
- (B) que una vez que se hubiera generado el espacio de la entrevista, el primer segmento de preguntas al ser simples de contestar, con datos concretos, nos ayudaran a entrar en clima a la vez que se recababan datos objetivos de la organización.
- (C) que dentro de los siguientes bloques de preguntas, hubiera una combinación de preguntas cerradas y abiertas, para que el empresario se sintiera cómodo explayándose pero a su vez se pudiera recabar información concreta.

Los bloques de preguntas eran los siguientes con el correspondiente objetivo:

Institucional:

- Antigüedad: Menos de 10 años/ Entre 11 y 20 años/ Entre 21 y 40 años/ Entre 41 y 60 años/ Más de 60 años
- Tamaño de la organización: Hasta 50 empleados/ Entre 51 y 150 empleados/ Entre 151 y 500 empleados
- Procesos productivos
- Productos finales (rubros: alimentos/medicina/etc)
- Mercado local o exportación- competitividad

Esta primer parte llamada Institucional apunta a “romper el hielo” en la entrevista, a lograr una dinámica de conversación y también a recabar datos “estándar” de la organización, necesarios para caracterizarlas, ver similitudes y diferencias.

Sustentabilidad y RSE:

- Qué entiende la empresas por sustentabilidad de su negocio?
- Llevan a cabo actividades en pro de una mejora de la comunidad? NO/SI-especifique
- Tienen prácticas de salud laboral y ocupacional? NO/SI-especifique
- Identifique sus grupos de interés y cuéntenos cuál es su vínculo con sus diferentes stakeholders?

Este pretende ser el corazón de la conversación, con dos preguntas abiertas y otras dos cerradas dicotómicas pero con campo para especificación abierta. El segmento comienza con una pregunta abarcativa y conceptual para bajar a preguntas más específicas. El objetivo con la conversación extendida derivada de estas preguntas disparadoras es ver qué tan integradas están en el negocio las 3 Ps del Triple Bottom Line, a nivel de la consciencia, la voluntad y el accionar de la Dirección de la empresa. Se pretende evaluar cuál es el estado de situación de la RSE en este sector.

Certificaciones y Reportes:

- Certificación Norma ISO 14000: No iniciada/ En proceso de certificación/ Certificada
- Cuentan con alguna otra certificación de calidad? NO/SI-especifique
- Utilizan índices de medición de emisiones, utilización de recursos naturales, energía, etc? NO / SI – especifique
- Reportan GRI o tienen algún reporte de Sustentabilidad dentro de sus reportes gerenciales? NO/SI-especifique

El bloque de preguntas acerca de certificaciones se compone de preguntas cerradas, una múltiple opción y otras tres dicotómicas con espacio para especificar. Este segmento pretende tangibilizar acciones de sustentabilidad, bajo el entendido que las certificaciones y los reportes son elementos concretos para medir los avances del camino que se está recorriendo en ese sentido.

Aditivos Oxo-biodegradables:

- Productos/aditivos que utilizan/auditoría sobre la utilización de los mismos.

Con la certeza previa de que las 4 empresas sí utilizaban diferentes marcas de aditivos oxibiodegradables en el proceso productivo de bolsas plásticas, se indagó específicamente sobre los que preferían utilizar y qué tipo de auditorías se realizan sobre el producto terminado. Para esto simplemente se planteaba el tema, sin ser en forma de pregunta, de forma de que los empresarios se sintieran más cómodos al abordar el tema de la controversia sobre los materiales oxobiodegradables.

Reciclaje:

- Cuentan con un proceso de reciclaje de los desechos industriales? NO/SI-especifique
- Participan en un proceso de reciclaje de vuestros productos post-consumo? NO/SI-especifique
- Son conscientes del ciclo de vida de los productos plásticos que producen?

Nuevamente en este segmento encontramos una combinación de preguntas cerradas dicotómicas con espacio para ampliar la respuesta y una pregunta abierta final. Se

apuntó a diferenciar bien entre reciclaje dentro del proceso productivo y reciclaje post-consumo, indagando hasta dónde llega conceptualmente la responsabilidad del fabricante y las limitaciones en la cadena de suministros para el segundo tipo de reciclaje. Con la última pregunta del segmento se pretende investigar acerca de hasta dónde llega la visión la conciencia del sector en cuanto a la cadena de valor y el ciclo de vida del producto referenciados en el capítulo 1 (1.2 y 1.6) de esta investigación.

Reglamentaciones:

- Opinión sobre reglamentaciones, su futuro y acciones anticipatorias de la empresa

Este último tema abierto pretende indagar frente a reglamentaciones estatales, cuán reactivo o proactivo es el sector con propuestas hacia la sustentabilidad. Bajo la luz del pensamiento de Belz, Frank-Martin and Peattie, Ken, (2013) expuesto en el cap 1 (1.1) de este estudio, referido a que estar un paso delante de las regulaciones estatales es una de las ventajas de la sustentabilidad y es uno de los motivos para comprometerse con ella, se intenta averiguar qué camino han recorrido juntos como grupo hacia este fin.

También se complementó el estudio mediante **entrevistas con actores del sector** que si bien no son empresas productoras, nuclean a las mismas y/o a otras instituciones de las cuales las empresas a su vez forman parte. Con estas entrevistas (3 en Uruguay y una en Argentina) se intentó indagar qué trabajo sectorial realizan dichas organizaciones y en qué medida la sustentabilidad está involucrada en sus actividades.

AUIP → Asociación Uruguaya de Industrias del Plástico, que pertenece a la Cámara de Industrias del Uruguay. Se mantuvo un encuentro con el Secretario Ejecutivo de AUIP. En este espacio se indagó acerca de las actividades de la institución, se solicitó información sobre las empresas fabricantes de bolsas plásticas, estadísticas del sector, situación actual de competitividad y la propuesta enviada por parte de la Asociación a la Comisión encargada de redactar el Proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas Plásticas.

CEMPRE → Compromiso Empresarial para el Reciclaje, que pertenece a la Cámara de Industrias del Uruguay. El encuentro fue con el Director Ejecutivo. Nos informamos acerca de las funciones de la institución, sus fundamentos, sus principales desafíos actuales y los servicios que brinda a la comunidad.

CTPLAS → Centro Tecnológico del Pástico. Quién nos recibió fue el Presidente de la institución. Indagamos acerca de su enfoque estratégico, su funcionamiento, el centro de capacitación y su rol como antena tecnológica.

ECOPLAS- ARGENTINA → Entidad Técnica Profesional especializada en plásticos y medioambiente. En ocasión de viaje a Buenos Aires, se solicitó entrevista en Ecoplas y fue otorgada por la Gerente de Asuntos Gubernamentales y Comunicaciones. Nos informamos acerca de su trayectoria, triple nivel de desempeño (gubernamental, PR y educación), de su programa de certificación de plásticos reciclables y del centro de conocimiento.

Y complementariamente se hicieron **búsquedas a través de internet**, principalmente navegando en los sitios web de estas empresas para visualizar que información exponen al público en general.

Por qué consideramos relevante dentro de una investigación a nivel nacional incluir datos de la prácticas en esta materia de la región?

Primero que nada porque al ser un país pequeño que depende en gran medida del contexto regional en todo sentido, sería negligente considerar lo que está sucediendo en los países vecinos. Sin mencionar el fenómeno de la globalización, el intercambio de información en tiempo real y la facilidad de acceso a la misma que se cuenta hoy en día con internet. Tanto un investigador, un empresario o cualquier institución podría tener el mismo contacto a través de internet y las redes a las prácticas de países vecinos en este campo. Segundo porque los avances que han logrado los países de referencia en el camino de la sustentabilidad a través de la industria plástica puede ser un modelo a imitar por parte de nuestra industria nacional y es preciso que se conozca este camino recorrido y sus resultados. Tercero porque el conocimiento compartido es la base para una transformación positiva y creemos que la actitud colaborativa entre instituciones y empresas que se dedican a lo mismo (aunque estén radicadas en países diferentes) puede contagiar buenas prácticas.

2.3 El proceso de análisis de datos

Se utiliza el la clásica herramienta de gestión Análisis FODA (SWOT Analysis por sus siglas en inglés) para enmarcar los resultados, con el objetivo de lograr una visión concreta y ordenada de la situación real de este sector. Consideramos que el enmarque de los resultados en una herramienta tan visual puede colaborar como punto de partida de toma de decisiones con respecto al camino de la sustentabilidad para estas empresas.

El mecanismo es analizar cada uno de los puntos incluidos en las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas en forma narrativa y con ciertos gráficos que muestran en forma sintética los resultados.

De forma de conservar la confidencialidad de los datos, la mayor parte de los resultados serán expuestos en forma anónima, es decir, sin referir específicamente a la empresa originaria de dichos datos.

Los resultados no se pueden amplificar al resto de la población de las empresas que fabriquen bolsas plásticas en Uruguay, principalmente por su naturaleza, ya que la mayoría está en el sistema informal y con otra estructura de costos y condiciones laborales muy diferentes. Las que estuvieran en el sistema formal aún así no tienen un tamaño significativo como para extrapolar los resultados de esta investigación.

Tampoco queda abarcada la situación con respecto a la sustentabilidad del resto de los sectores de la industria plástica uruguaya, ni las bolsas plásticas con iguales características que son importadas al país.

3. Resultados

Las entrevistas personales realizadas a los empresarios del sector de bolsas plásticas de Uruguay, así como a los representantes de instituciones íntimamente relacionadas con esta industria (AUIP, CEMPRE, CTPLAS y ECOPLAS), sumada a la búsqueda de datos a través de internet, trajo como resultado un caudal importante de información que se procesó en esta sección de la investigación. A continuación se resume el estado de situación del sector con respecto a la sustentabilidad en un cuadro FODA, ordenando los temas propios de las empresas (internos) en fortalezas y debilidades y los elementos externos en oportunidades y amenazas.

Fortalezas

Trayectoria
Infraestructura y Tecnología
Recursos humanos con know how del negocio
Proceso productivo bajo en contaminación
El reciclado ya es parte del proceso productivo
Directivos predispuestos a la sustentabilidad del negocio
Buen relacionamiento entre empresarios

Debilidades

Concepto de sustentabilidad del negocio no madurado
Difusa identificación de stakeholders
Ausencia de reportes de sustentabilidad
Acciones de RSE sin integrarse a plan estratégico
Residuos post-consumo sin gestionar
Escasa difusión de beneficios del plástico
Inexistencia de espacio de trabajo sobre el tema

Oportunidades

Modelos regionales al alcance
Acceso a la cadena de suministros
Posibilidad de diversificación
Potenciales espacios para Sustentabilidad en organizaciones que los nuclean
Certificaciones al alcance
Modelos accesibles de reporting para la triple línea de resultados
Máquina recicladora de desechos plásticos
Apertura del mercado argentino

Amenazas

Contexto de retracción del consumo
Competencia de productos importados
Productos sustitutos
Imagen negativa en opinión pública
Tendencia a reglamentar el consumo de bolsas
Ausencia de Políticas de estado

Esta herramienta nos va a permitir realizar un análisis de estas cuatro variables para poder sacar conclusiones y realizar sugerencias en el capítulo siguiente.

Todas las empresas entrevistadas son fabricantes de bolsas camiseta, aportando casi la totalidad de producción nacional de estos productos que va a: Grandes superficies: 90%; Farmacias: 4%; Estaciones de servicio: 2%; Cambadu: 4%.

3.1 Fortalezas del sector

3.1 a) Trayectoria.

Las cuatro empresas entrevistadas llevan en el mercado cerca de 4 décadas. Su permanencia en el mercado tras todo este tiempo les otorga credibilidad y confianza. Es un sector que han logrado destacarse especialmente por la calidad de impresión, el cumplimiento y la rapidez de producción. Esto los ha llevado a contar con la fidelidad de su clientela y tener relaciones de largo plazo con la misma.

Estas características que se recogen en las entrevistas personales, también están plasmadas en la parte de la misión, visión y valores de tres sitios web:

Empresa A:

La Misión de la empresa es ofrecer excelencia en el servicio con la mejor calidad en nuestros productos y asumiendo los compromisos con responsabilidad.

Apostamos a un continuo mejoramiento de los productos que ofrecemos a través de la motivación y capacitación de nuestro personal, y la actualización permanente en tecnología y equipamiento.

Nuestra Visión es consolidarnos como una empresa fabricante de envases flexibles de calidad internacional y con presencia en el continente americano

Empresa B:

Sastisfacer las necesidades del productor agropecuario, brindándole un servicio que supere sus expectativas y un producto que, por su calidad, colabore en el desarrollo y el beneficio de su propio negocio.

Empresa C:

Asesorar y prestar servicios integrales, eficientes, confiables y de alta calidad acompañando con las necesidades de nuestros clientes en el área que ocupa. Nuestro éxito se sustentará en unas relaciones duraderas con nuestros clientes y proveedores

basados en la mutua confianza y aportación recíproca de valor, y en el compromiso firme de nuestro personal con los valores y objetivos de la empresa.

3.1 b) Infraestructura y tecnología

Estas empresas cuentan con plantas que varían de 1.000 a 10.000m². Su equipamiento de vanguardia les permite lograr los altos estándares de calidad. Las más completas cuentan con extrusoras, triestruoras, bolseras e impresoras en producción continua las 24 horas.

Empresa B es una compañía familiar que cuenta con una planta de más de 5.000 m² en Uruguay y su filial en Brasil que en enero del 2011 inauguró su planta industrial de 7.000 m². Empresa A ha logrado una gran ductilidad en su planta elaboradora, la de mayor dimensión de las cuatro, que le permite ofrecer una vasta gama de productos. Empresa C tras la inversión en maquinaria nueva de una de las fábricas de reciente cierre, duplicará su capacidad productiva en unos 8 meses a un año.

3.1 c) Recursos Humanos con know-how del negocio

Las cifras a las que tuvimos acceso en entrevista con AUIP con respecto al personal empleado en este sector son:

→ Empleos directos: 1.200 trabajadores

→ Empleos indirectos: 300 aprox.

Las cuatro empresas entrevistadas coinciden en ser empresas familiares, y en todas las entrevistas coincidió que al menos un miembro o más de la familia correspondiente a cada empresa estuvo presente.

Si bien hay dos empresas que emplean unas 50 personas respectivamente y otra más cerca de las 90, las tres están en el escalón de mediana empresa (de 20 a 99 puestos, categorizadas según Decreto N° 504/07). Y por último aparece una empresa con más de 100 puestos.

A pesar de que la dificultad para encontrar personal calificado es una realidad extendida para cualquier industria en el Uruguay, este sector cuenta con personal que los acompaña desde los inicios. Particularmente una de las empresas cuenta con familias enteras de empleados, con varias generaciones trabajando allí. Otras empresas absorbieron personal de empresas que cerraron, con lo cual

retroalimentaron su propia plantilla con experiencia en las áreas de Logística, Comercial, Producción y Calidad.

Estas particularidades hacen que haya un empuje y compromiso fuerte a nivel de Dirección, por ser empresa propia y por ser ésta el legado familiar; así como un relacionamiento estrecho hacia y desde los colaboradores. Estos aspectos hacen al clima organizacional que en empresas con estas características suma mucho al resultado del negocio.

3.1 d) Proceso productivo bajo en contaminación

El proceso productivo de bolsas plásticas es poco contaminante, donde hay un porcentaje muy pequeño que va a relleno sanitario en algunos casos, siendo que todos los desechos del proceso productivo se reciclan. El reciclaje forma parte del ADN de esta industria, ya que se convierte en gran parte de la materia prima para retroalimentar el proceso.

Los procesos involucrados en la producción de bolsas plásticas no son contaminantes en sí mismos (extrusión, impresión, confección). No son procesos que tengan emisiones de gases de efecto invernadero; tres de las empresas no se utilizan agua en el proceso productivo y en el caso que sí se utiliza se cuenta con un mecanismo de recirculación de este recurso. Los principales desechos de este proceso son: tintas, alcoholes, trapos y el scrap del plástico. Con respecto a las tintas el sector tiene como práctica común el convenio con las empresas proveedoras de las mismas para el retiro de los envases. Lo mismo sucede con los trapos sucios y el cartón, que es recogido por una empresa tercerizada para su reciclaje. El alcohol utilizado es tratado por una máquina destinada a filtrarlo y se reutiliza, sobre todo para limpieza.

Una de las empresas está recorriendo un camino de eficiencia energética, de la mano de una consultora que brinda asesoramiento en detectar pérdidas de energía y oportunidades de aprovechamiento. Son procesos que consumen energía pero en mucho menos cantidad que si se produjera una bolsa de material alternativo (papel, tela, etc), ya que aumentaría en 1,6 veces la utilización de la energía (Franklin Associates, 2014). Por otra parte, las bolsas que son hechas de plástico reciclado requieren de aún menos energía para su fabricación que las hechas con material virgen.

3.1 e) El Reciclado ya es parte del proceso productivo

En las empresas de la industria del plástico, el desecho del proceso productivo es reciclado sin excepción. Ese desecho es llamado scrap y su proceso de reciclaje lo convierte en pequeñas “bolitas” de plástico que luego son reutilizadas. Una de las empresas confirmó que el 95% del scarp es reutilizable en el propio proceso productivo de esa misma fábrica. Otra empresa aseguró que el 80% de sus productos finales lleva materia prima reciclada en vez de virgen, y un último testimonio comentó específicamente dónde canaliza este material reciclado: el 80% es materia prima para lonas de silo y el restante 20% para bolsas de residuos.

Las ventajas económicas de esta práctica son principalmente: (a) ahorros en costos de materia prima virgen para productos que soportan materia prima reciclada, (b) ingresos por ventas de líneas de productos hechas a partir de materia prima reciclada (diversificación) y (c) ahorro en costos de disposición final del residuo plástico del proceso productivo si no se reciclara.

De todas formas, ninguna de las empresas necesita adquirir materia prima reciclada, se autoabastece con la obtenida de su proceso productivo. Existen varias razones para esto: primero una razón de costos, como el plástico es un derivado del petróleo, en épocas en las que cae el precio del crudo, se produce una baja en el costo de la materia prima y sucede que el material virgen puede ser aún más barato que el reciclado; segundo por una razón de confiabilidad, comentada por uno de los empresarios que no le genera confianza comprar material reciclado a otros ya que son procesos que no se certifican o auditan; y por último por una cuestión de demanda, ya que los porcentajes de productos realizados con material virgen vs reciclado cubren sin inconvenientes la demanda de los clientes.

3.1 f) Directivos predispuestos al cuidado del medioambiente

Existe una voluntad generalizada en las empresas de trabajar para colaborar con el impacto medioambiental. Si bien falta comprender en su totalidad y por ende comprometerse con el concepto de sustentabilidad en todo su significado, a la sustentabilidad la entienden como “un debe”, una obligación que tienen como empresa. Uno de los empresarios en el marco de la entrevista reflexionó sobre la parte que toca como empresa transformadora, la de hacerse cargo de las bolsas que lanza al mercado.

Otros entrevistados aseveraron que el hecho de tomar acciones con respecto al cuidado del medio ambiente por parte de las empresas impacta en su negocio desde

el punto de vista de la imagen, lo cual finalmente repercute en la opinión pública y consecuentemente en el nivel de consumo.

En el sitio web de Empresa C uno de los valores que destacan es la Mejora Continua y la describen como: *Desarrollar la capacidad de aprender, adaptarse y responder, generando ideas que contribuyan a resolver los desafíos propios de Luanfer, dentro del marco legal vigente, **cuidando el medio ambiente** y respetando las expectativas del directorio.*

Por su parte Empresa A, adhiere a las acciones de RSE que su grupo económico realiza en diferentes áreas apoyando al crecimiento comunitario, del medio ambiente, de su personal y clientes, que están informadas en el sitio web de dicho grupo.

Empresa B por su parte, ha estado intentando desde hace un tiempo poder materializar en Uruguay el proyecto de su filial brasileña con la máquina que elabora tablas plásticas a partir de desechos plásticos. Nace como necesidad de dar un destino adecuado a los residuos plásticos generados por las empresas del grupo. Por las características físico químicas de estas tablas las hacen ideales para su utilización en ambientes externos debido a su gran resistencia a variaciones climáticas. Los productos que se han creado a partir de estas tablas son bancos, mesas, maceteros, papeleras y hasta paradas de ómnibus. Se trata de un proyecto sin fines de lucro para Empresa B y se han hecho intentos fallidos con varias Intendencias, actores políticos, grandes cadenas, centros comunales y hasta con el Plan Juntos. La empresa sigue con el proyecto en carpeta y abierta a alianzas para que se pueda hacer realidad la iniciativa.

Las cuatro empresas han trabajado en conjunto en varias ocasiones y su posición a este respecto quedó plasmada este año en el trabajo de asesoramiento brindado por intermedio de AUIP a la Comisión que se encargaría de redactar el Proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas Plásticas para enviar al Parlamento:

- *Compartimos una política de cuidado ambiental y de educación ciudadana en la materia, que desarrolle aquellos conceptos, valores y criterios básicos de responsabilidad social en relación a nuestros semejantes y el medio ambiente y que considere un correcto manejo POSTERIOR al USO de la bolsa.*
- *Sí a la regulación del consumo de bolsas plásticas (camisetas), en cuanto a tamaño, resistencia y degradabilidad para combatir de manera efectiva la polución ambiental, regulación que deberá necesariamente aplicarse tanto a las bolsas de fabricación nacional como a las importadas.*

También participaron en el año 2009 de las Jornadas de Intercambio realizadas por DINAMA con el apoyo de CEMPRE, PNUMA y la Embajada Británica, abocadas a elaborar un Plan de Acción Estratégico para la gestión sustentable de bolsas plásticas. Jornadas en las cuales Empresa D realizó una de las presentaciones a la audiencia acerca de la biodegradabilidad y la importancia de fomentar el consumo responsable. AUIP por su parte, en representación de todas las empresas del sector también realizó una presentación en dichas jornadas en la que comentó la participación activa en la Comisión de Medioambiente de la CIU (Cámara de Industrias) y de la voluntad sectorial en avanzar en la implementación de los planes de gestión de acuerdo con la Ley de Envases 17849.

Adhieren al principio de las 3 Rs (Reducir, Reutilizar y Reciclar) de las bolsas plásticas en contraposición a la prohibición de utilización de las mismas.

3.1 g) Buen relacionamiento entre empresarios

Las instancias de trabajo en conjunto los acercaron, intercambiaron inquietudes y los unieron como sector. En las entrevistas individuales incluso se referencian con respeto y con ejemplos de buenas prácticas. Es una característica a destacar como fortaleza porque es una buena base para trabajar por la sustentabilidad del sector

3.2 Debilidades del sector

3.2 a) Concepto de sustentabilidad aún no madurado

El concepto de sustentabilidad de la industria y el negocio aún no ha sido madurado como tal por las empresas que lo componen. De lo recabado en las entrevistas personales se comprobó que como sustentabilidad entienden básicamente cuidado del medioambiente, y no como intrínseco de su negocio. Por un lado identifican la variable Profit y por otro la variable Planet, en forma separada, no como dos elementos que se interrelacionen en la génesis de la marcha del negocio.

La afirmación que surge de Brundtland acerca de identificar el sistema medioambiente, bienestar social y resultados económicos y su interdependencia para poder trabajar sobre la sustentabilidad, no se ha encontrado en toda su concepción en este sector. Y al no conocerse en su totalidad, no se logra visualizar la potencialidad de su estrategia competitiva a largo plazo: estar un paso delante de las regulaciones estatales, optimizar costos, ganancias en innovación, ventaja competitiva y recursos humanos más comprometidos y con sentido de pertenencia.

3.2 b) Difusa identificación de stakeholders

No hay un trabajo realizado a nivel sectorial para identificar a los stakeholders (grupos de interés) de las empresas productoras de bolsas plásticas en el país. Individualmente tampoco tienen muy claro hasta donde pueden extenderse los grupos de personas que tengan un interés particular en la empresa y que las decisiones de sustentabilidad del negocio las vayan a impactar (para bien o para mal).

Una de las empresas identificó a proveedores, clientes, personal y Bancos con quienes fomentan y sostienen relaciones de largo plazo. No hubo mención a la comunidad, consumidores finales, entes estatales como DINAMA, grupos ecologistas, recicladores o cámaras empresariales.

Para moverse hacia una economía circular, en la cual convertir la cadena de suministros en una cadena de valor, y donde se necesita la colaboración de todos los stakeholders, el primer paso es tenerlos identificados. Ya sea para crear alianzas estratégicas, para liderarlos, para “evangelizarlos” en este cambio, para asesorarse con ellos... en definitiva comunicarse para identificar las mejores oportunidades y trabajar en conjunto por ellas.

3.2 c) Ausencia de reportes de sustentabilidad

En ningún caso de las empresas del sector se incluyeron variables de performance ambiental y social en sus reportes. Dada esta situación tampoco puede afirmarse que utilicen el concepto de Triple Línea de Resultados con medidores medioambientales y sociales como uso de energía, residuos creados, accidentes laborales, ayuda a la comunidad respectivamente.

3.2 d) Acciones de RSE sin integrarse a plan estratégico

Todas las empresas realizan acciones de apoyo a la comunidad en mayor o menor medida. Se interrelacionan con la comunidad cercana, el barrio en que están localizados y también con algunas instituciones ícono del país principalmente a través de donaciones. No actúan en forma programática o bajo un plan de acción específico que surja de sus metas de sustentabilidad, simplemente ayudan de forma caritativa a instituciones que tradicionalmente reciben su colaboración.

Empresa B realiza en forma recurrente donaciones de plástico para invernaderos de escuelas rurales principalmente desde el nacimiento de la empresa y colabora con el centro comunal, al igual que sus vecinos de Empresa C. Empresa A colabora fuertemente con la escuela pública del barrio donde opera, al punto que en

agradecimiento dicha escuela lleva el nombre del familiar fundador de la empresa. Como hacíamos referencia en la sección Fortalezas de este capítulo, Empresa A a través de su grupo económica realiza varias otras actividades que están difundidas en el sitio web en el sector de RSE (Fundación Pérez Scremini, Policlínicas, Parroquias, etc).

3.2 e) Residuos post-consumo sin gestionar

Se verificó que no tienen involucramiento en la parte de los desechos post-consumo. Se entiende que no se han involucrado básicamente por tres razones: (a) porque no han visualizado la responsabilidad de su sector en esta fase, no han evaluado si los consumidores finales de su producto podrían ser sus stakeholders; (b) porque no han evaluado a nivel sectorial el ciclo de vida del plástico desde la cuna a la tumba o la opción desde la cuna a la cuna (from cradle-to-grave vs from cradle-to-cradle); (c) porque no ha habido una gestión de la cadena de suministros para trabajar en conjunto por ejemplo con el eslabón “cliente” (cadenas de supermercados, comercios) que podría ser el punto que actuara para retroalimentar el ciclo con la recolección de bolsas usadas.

Una de las empresas en alguna ocasión puntual, ha recibido devoluciones de clientes que las toma para reciclar, pero no como un programa instaurado o un servicio específico al cliente. Otra empresa informó que 7 de cada 10 clientes (de otros productos diferentes a bolsas camiseta) preguntan qué hacer con el plástico luego de utilizarlo. La empresa los deriva a las empresas recicladoras, que actualmente funcionan en Trinidad y Durazno. No tienen una solución propia porque consideran que no es parte de su “core business”.

3.2 f) Escasa difusión de beneficios del plástico

No se han encontrado experiencias de difusión de los beneficios del plástico, tanto si hubieran o no participado las empresas del sector en su auspicio, tales como actividades educativas dirigidas a la opinión pública en general, a formadores de opinión o a futuros ciudadanos (infancia). Tampoco se ha encontrado entre los servicios de AUIP que las actividades educativas en esta materia sean un proyecto en desarrollo. Sin perjuicio de la posición que ha tomado el sector de apoyar una política de cuidado ambiental y educación ciudadana visto anteriormente en este capítulo y voluntad para trabajar en este tema, no hay antecedentes de trabajos realizados en la materia.

Sí se han encontrado actividades de formación y capacitación acerca del reciclaje, sobre todo impulsadas por CEMPRE a nivel nacional, en diferentes formatos y acciones.

Por el contrario, hay mucha difusión acerca de la contaminación generada por desechos plásticos post consumo, en especial de las bolsas plásticas, desde campañas publicitarias solicitadas por el MVOTMA “sacá la bolsa del medio” como por grupos y asociaciones ecologistas.

3.2 g) Inexistencia de espacio de trabajo sobre el tema

Existió un espacio de Jornadas de Innovación en la Industria para el Sector del plástico organizado por la Cámara de Industrias (CIU), la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) y la Asociación de Industrias del Plástico (AUIP). Fue en noviembre de 2013 y 24 empresas representadas por 36 empresarios compartieron este espacio de intercambio. El único tema que se trató que pudiera rozar la materia sustentabilidad fue “A partir del reciclado de materiales plásticos, ¿qué nuevos desafíos y/o oportunidades se le presentan a las empresas?”.

Dos años más tarde se crea el Centro Tecnológico del Plástico (Ctplas) que es integrado por AUIP, LATU, CIU y Fundación Ricaldoni (Facultad de Ingeniería – UdelaR), en cofinanciamiento con la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII). Tiene como objetivo general consolidar el desarrollo sustentable de la industria plástica del Uruguay a través de la prestación de servicios tecnológicos que permitan incorporar innovación, capacitación y transferencia tecnológica en las empresas, contemplando aspectos de competitividad, impacto ambiental y equidad social. En entrevista personal pudimos ver que están muy enfocados a la tecnología y capacitación en procesos productivos. Se nos informó que las líneas de trabajo vienen surgiendo de lo que pide el sector y son básicamente tres:

- Antena tecnológica- innovación
- Capacitación: ejemplo polímeros, procesos, ir generando un centro de capacitación.
- Reciclaje: diagnóstico del sector de reciclaje del Uruguay con el objetivo de brindar un servicio de asesoramiento a empresas

Por su parte, la Asociación Uruguaya de Industrias del Plástico (AUIP) perteneciente a la Cámara de Industrias, nuclea a unas 60 empresas que representan el 85% de la

producción de plásticos en el país. Dentro de sus servicios a afiliados ofrece su participación a nivel de la DINAMA (Dirección Nacional de Medio Ambiente) por temas ambientales en relación a la disposición final de los productos plásticos y su reciclado.

Ha habido reuniones específicas donde participaron activamente las empresas entrevistadas para trabajar por reglamentaciones medioambientales que han surgido, de forma de informar acerca de la situación económico-financiera del sector, las ventajas de las bolsas plásticas frente a otras alternativas y la posición del sector ante dichos propuestas reglamentarias.

Tras haber enumerado estos diferentes espacios, se concluye que no se han encontrado antecedentes de espacios específicos donde se trabaje en forma sectorial para conducir al sector hacia la sustentabilidad de los negocios que lo componen, tal como se ha visto en la parte 2.2 “Sustentabilidad en la industria plástica” de ejemplos a nivel internacional.

3.3 Oportunidades a aprovechar

3.3 a) Modelos regionales al alcance

En Argentina funciona Ecoplas desde hace más de una década. Es una Asociación Civil sin fines de lucro con el lema “el plástico protege al medioambiente”. La llevan adelante técnicos que fueron surgiendo de empresas pertenecientes a la Industria Petroquímica (productora de materia primas plásticas) y la Cámara Argentina de la Industria Plástica CAIP (que nuclea a la Industria Transformadora Plástica). Promocionan el uso correcto y responsable de los productos de la industria plástica con el fin de impulsar el desarrollo sustentable de esta industria.

De información que surge directamente de su página web se pueden saber cuáles son concretamente sus áreas de acción:

-Gobierno: Cooperando con las autoridades para desarrollar legislaciones que impulsen prácticas sustentables.

-Sociedad civil: Educando al consumidor para promover hábitos responsables de consumo y disposición de los residuos.

-Empresas: Trabajando positivamente con la industria plástica, sus clientes y consumidores para generar políticas de diseño de productos y sus correctos usos, impulsando la aplicación de la fórmula de las 4R: Reducir – Reusar - Reciclar y Recuperar.

-Institucional: Trabajando con instituciones nacionales e internacionales para el desarrollo sustentable de los plásticos

En nuestra visita a la sede de Ecoplas en Buenos Aires, la Mag. Verónica Ramos, Gerente de Asuntos Gubernamentales y Comunicaciones nos explicó la importancia de los tres niveles en los que se desempeñan:

Nivel gubernamental: Realizan el monitoreo de las iniciativas de todo el país, operando con Legisladores, asesorándolos y participando de comités técnicos en la materia. El objetivo es lograr un equilibrio entre la industria y lo social.

Área PR: las actividades que desarrollan con respecto a relaciones públicas son campañas de prensa, gacetillas, almuerzos, newsletters. Están incursionando en redes sociales desde hace un año. Mantienen contacto fluido con organismos académicos y técnicos a nivel país. En este sentido pasaron de tener un perfil muy bajo a ser Fuente de información de referencia.

Área educativa: mantienen actividades de capacitación a docentes, alumnos y recicladores mediante su programa de educación ambiental. Cuenta con el CIT (Centro de Información Técnica) donde se elaboran los Boletines Técnicos, un centro de conocimiento (con videos, newsletters, folletos, noticias) y una biblioteca informativa permanente en su página web, así como la nómina de recicladores a nivel país y un manual de valorización de residuos.

ECOPLAS también creó y lleva adelante el Programa Polietileno Reciclable para que los envases plásticos post-consumo se puedan transformar en recursos para la Industria del Reciclado de los Plásticos. Asimismo, ECOPLAS se propone en el futuro hacer extensible el Programa a los envases de todos los materiales plásticos, tales como Polipropileno, Poliestireno y PVC.

El Programa creó una Marca que identifica y certifica los envases fabricados con polietileno. La "Manito" va impresa en los envases, permitiendo así su mejor identificación para el recupero y reciclaje, compatible con la cadena de la industria del reciclado del polietileno. Mediante su adhesión al Programa, las empresas/marcas obtienen la certificación para sus envases y, con la incorporación de la marca "Manito" en sus envases, aseguran que éstos sean más fácilmente reciclables, contribuyendo así a la sustentabilidad y la protección del medio ambiente.

Ecoplas es quien realiza las pruebas de laboratorio pertinentes y una vez obtenidos los resultados positivos, ECOPLAS extiende el Certificado del Programa Polietileno

Reciclable, lo que habilita a la empresa o marca a usar la marca “Manito” en el envase certificado.

ECOPLAS trabaja conjuntamente con distintos organismos de Gobierno para implementar la separación, recolección y reciclado de los envases certificados. En la Ciudad de Buenos Aires, lo hace con la Dirección General de Reciclado del Gobierno Porteño (DGREC) para que dichos envases sean separados en origen, recogidos y clasificados por Recuperadores Urbanos y recuperados para la Industria del Reciclado de los Plásticos. También lo hace con el Programa Escuelas Verdes del Ministerio de Educación de la CABA (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Asimismo, suma a la Industria del Reciclado de Plásticos a través de CAIRPLAS (Cámara Argentina de la Industria de Reciclados Plásticos).

Es la única organización de América del Sur que ha firmado la Declaración (Joint Declaration) de Marine Litter Solutions.

Por otra parte, indagando en el otro país vecino, con más de 20 años de historia, encontramos a Plastivida Brasil. Tiene el objetivo de transformar la relación de la sociedad con los plásticos. Plastivida fue elegida como una de las mejores empresas/entidades en Sustentabilidad de Brasil y recibió el premio “Top de Sustentabilidade ADVB” en setiembre de 2013.

Trabaja para articular una red de cooperación entre los productores de plástico, el consumo y el post-consumo. Utilizan la educación ambiental (conferencias, exposiciones, participación en ferias y eventos, programa de educación en las escuelas y la plataforma online “escuela de consumo responsable”*** desarrollada por ellos mismos) como herramienta para difundir los beneficios de los plásticos para toda la sociedad y el medio ambiente y las formas de consumo responsable de los mismos.

Difunden la información correcta sobre los plásticos, su uso responsable y el post-consumo adecuado, mediante el relacionamiento con las diferentes audiencias:

- Industria del plástico: son las propias empresas del sector asociadas a Plastivida, quien les elabora contenidos específicos, o proyectos customizados.
- Entidades, ONGs, Instituciones: trabajan para llevar información útil y actualizada sobre asuntos de interés de cada segmento en que son utilizados los plásticos.

- Medios, Prensa y líderes de opinión: El objetivo es aclarar e informar sobre las ventajas competitivas del plástico, siendo fuente para los asuntos relacionados al plástico, su cadena productiva y la sustentabilidad.
- Órganos gubernamentales y legislativos: actúan de manera colaborativa, proveen de información precisa sobre los plásticos, sus propiedades y aplicaciones, con el objetivo de contribuir de la mejor manera para que se identifiquen y atiendan las necesidades y demandas de la sociedad.
- Sociedad civil: para accionar un cambio positivo en la sociedad en su conjunto hacia el uso responsable y el post-consumo del plástico, utilizan la educación ambiental como fue mencionado anteriormente.

3.3 b) Acceso a la cadena de suministros

Los transformadores son quienes tienen acceso a toda la cadena de suministro, ya sea directamente como por medio de algún eslabón de la misma. El hecho de que Uruguay sea considerado un mercado pequeño tiene sus desventajas, pero en este punto en particular puede ser beneficioso, ya que la cadena de suministros y el llegar hasta el consumidor final puede ser mucho más accesible que en otros mercados.

3.3 c) Posibilidad de diversificación

Encontramos solamente una de ellas que se dedica exclusivamente a la producción de bolsas plásticas tipo camiseta, mientras todas las otras también se dedican a otros rubros como ser agro, alimentos e industria. En general tienen gran versatilidad para adecuar su producción (por su maquinaria de múltiples usos) y esto contribuye a que se mantenga más allá de los avatares del mercado. Todas ellas comercializan en plaza y hay casos que también tienen clientes en el exterior, tres han tenido experiencias a nivel Mercosur y una también cuenta con clientes en destinos situados en otros países de América y el mundo.

3.3 d) Potenciales espacios para Sustentabilidad en organizaciones que los nuclean

De las instituciones entrevistadas, tanto ARPU como CTPLAS tienen potencialidad para ser espacios donde se pueda trabajar específicamente para la Sustentabilidad de este negocio. ARPU tiene la ventaja de que nuclea toda la información del sector y la experiencia de ya haber colaborado en instancias de impacto medioambiental de la industria. CTPLAS tiene en su objetivo trabajar para la Sustentabilidad de la industria y es un espacio nuevo con impulso y con respaldo.

3.3 e) Certificaciones concretas al alcance

Si bien ninguna de las empresas ha iniciado un proceso de certificación, las normas ISO 14000 de gestión ambiental, por ejemplo se pueden certificar por UNIT a nivel nacional. Es una caja de herramientas para asistir en la implementación de acciones de apoyo al desarrollo sostenible. La certificación implica la planificación, implantación y mejora continua de los Sistemas de Gestión Ambiental. El modelo UNIT-ISO 14000, incluye además normas relativas a Diseño ambiental, Etiquetado, Comunicación, Evaluación del Desempeño, Gases de Efecto Invernadero y Auditorías de Sistemas de Gestión Ambiental.

Este tipo de certificaciones son una oportunidad para lograr estos sistemas de gestión ambiental en la empresa, lo que empuja hacia la sustentabilidad del negocio y posiciona a la empresa en un nivel de credibilidad avanzado.

También se puede certificar en Uruguay la norma internacional ISO 26000, desarrollada para responder a la creciente necesidad mundial de buenas prácticas claras y armonizadas para asegurar ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza de las organizaciones, con el objetivo último de contribuir al desarrollo sostenible. Implica prácticas como convertir la RSE en una parte esencial de sus políticas, de su cultura organizacional y de sus estrategias y operaciones; generar competencias internas en materia de RSE; desarrollar la comunicación interna y externa relativa a la RSE; revisar periódicamente estas acciones y prácticas relacionadas con la RSE. Considera que al abordar y poner en práctica la RSE, la meta primordial de una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible

3.3 f) Modelos accesibles de reporting para la triple línea de resultados

Existen modelos desarrollados para reportar la performance de la empresa en relación a la sustentabilidad del negocio. Por ejemplo la Iniciativa de Reporte Global o Global Reporting Initiative – GRI es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Se trata de la forma estándar de reportar sustentabilidad más conocida y adoptada. En Uruguay existen estudios y consultores que asesoran acerca de cómo elaborar estos reportes.

3.3 g) Máquina recicladora de desechos plásticos

La filial de Empresa B en Brasil cuenta con una planta armada específicamente para el proceso de intrusión que fabrica tablas plásticas a partir de desperdicios plásticos, cualquiera sean ellos. Con esas tablas se pueden armar paradas de ómnibus, recipientes para residuos, maceteros, mesas, bancos, decks, entre otros. Por sus características físico-químicas resultan ideales para su exposición a la intemperie, debido a su enorme resistencia. La planta tiene 3 máquinas específicamente para esto y para vehiculizar y difundir el producto final se tiene alianzas con los Municipios cercanos, escuelas, etc. Tienen acuerdos de colaboración con Braskem y también con Plastivida Brasil. La misma máquina la adquirió Empresa B Uruguay pero no ha podido darle uso hasta el momento. La empresa ha intentado cerrar acuerdos con otros colaboradores donde Empresa B aportara la máquina y el know how, y la otra institución aportara la recolección, la usina y la disposición final de los productos. Los últimos acercamientos de Empresa B para presentar el proyecto fueron con la Cámara de Comercio e Industria Uruguayo-Alemana, bajo su iniciativa de “VI Foro Nacional de ciudades sustentables: hacia Montevideo 2020”.

3.3 h) Apertura del mercado argentino

Con el levantamiento de las restricciones a las importaciones y del cepo cambiario, Argentina vuelve a ser un potencial socio comercial para Uruguay. Aunque hay que tener en cuenta la paridad cambiaria, y sea el contexto local del importador uruguayo, con devaluaciones similares en ambos países este factor no está influyendo en este momento. De cara al futuro hay nuevas oportunidades, siguiendo de cerca la evolución del tipo de cambio. En el caso de Brasil estamos en un proceso completamente inverso, ya que venía de años de apertura, pero en los últimos 2 años con su crisis político-económica importante se ha vuelto muy inestable. De todas formas lo que más van a influir en la demanda de los productos provenientes de nuestro país será el crecimiento de estas dos economías que están en una fase de interrogante.

3.4 Amenazas del entorno

3.4 a) Contexto de retracción del consumo

Según la AUIP el propio MTSS, en ocasión de la sexta Ronda Salarial en julio de 2015, definió al Sector Plástico como un sector en problemas y los datos que nos otorga del CIIU 2020, en Abril 2015 había 281 personas en seguro de desempleo por el sector de actividad “fabricación de productos plásticos”.

Según información brindada en entrevista personal por esta organización, a Diciembre de 2014 contábamos a nivel país con 104 micro empresas del plástico (hasta 4 puestos), 107 pequeñas empresas (de 5 a 19 puestos), 43 empresas medianas (de 20 a 99 puestos) y 10 empresas grandes (más de 100 puestos) categorizadas según Decreto N° 504/07. Los puestos de trabajo se repartían un 34% personal femenino y 67% masculino, y empleaban casi un 10% de personal no dependiente Clasificador Internacional Industrial Uniforme 2020 (CIIU).

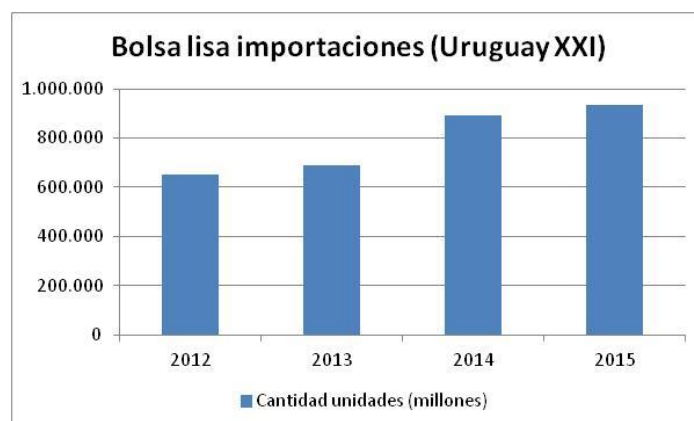
Asimismo, dentro de la industria del plástico, el sector de fabricantes de bolsas plásticas se encuentra atravesando un momento de caída en su producción, debido a diversos factores, principalmente afectado por el retraimiento del consumo interno. Otro dato de AUIP es que a partir del plan estratégico para la reducción del uso de la bolsa camiseta del 2009, liderado por DINAMA, el consumo en los supermercados bajó un 17%. Además pudimos comprobar que en su situación económico-financiera también influyen los altos costos productivos de energía eléctrica, mano de obra, leyes sociales, transporte, mantenimiento de equipos industriales y reinversión de maquinaria. El sector denuncia también el enorme peso que significa trabajar en la formalidad vs la informalidad caracterizada por una competencia desleal permanente y abundante que amenaza a la estabilidad de la industria.

3.4 b) Competencia de productos importados

Con respecto a la competencia de importaciones AUIP considera que si no se determinan precios de referencia para las importaciones (en base al precio internacional de las materias primas + costos de producción), frente a la regulación que se proyecta por parte del Estado, varias empresas formales del sector deberán verse obligadas a cesar su actividad acrecentando las tasas de niveles de desempleo. Aseveran que, en muchos casos se llega al extremo de realizarse importaciones a precios inferiores al de la materia prima, y en la mayoría de los casos a precios inferiores a los costos de producción y al precio de venta en sus mercados de origen. Otro punto de reclamo es acerca de los controles sobre los componentes de material plástico para elaboración de envases y equipamiento en contacto con alimentos (según normativa 28/999 estos materiales deberían estar compuestos por ciertos polímeros y resinas y no por policarbonatos que puedan tener elementos tóxicos). En este sentido, el Ministerio de Salud Pública, el de Industria, y el LATU son los encargados de este control pero al decir de los empresarios al Observador "Según nuestro conocimiento, el control de estas resoluciones no se aplica a las importaciones de dichos productos al mercado interno". En la misma ocasión aseveraron con

respecto a las bolsas que las regulaciones se aplican a la producción nacional, mientras que las bolsas importadas no pasan por control de calidad, especialmente de aditivos oxobiodegradables.

Los datos estadísticos aportados por AUIP respecto a las bolsas camisetas que se comercializan anualmente en Plaza, es que son más de 1:100. Mientras que la producción nacional provee al 20% del mercado, las bolsas importadas cubren el 80% del mercado.

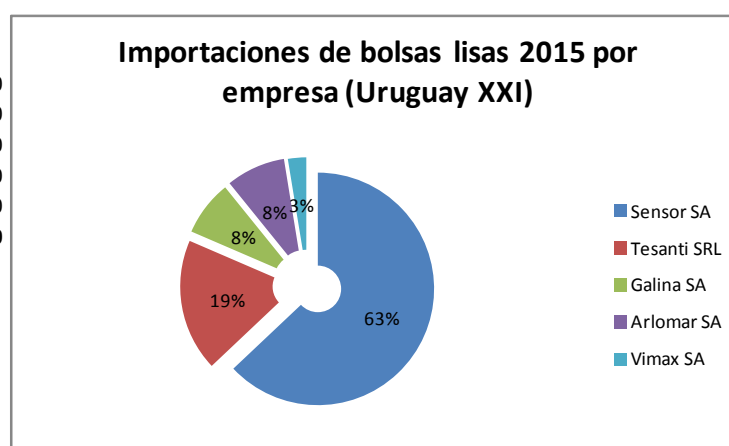


Según datos de importaciones de bolsa lisa a Uruguay en los últimos 4 años, la tendencia ha ido en aumento, siendo que a fines de 2015 se habían importado un 44% más que en 2012. Las empresas importadoras son entre 4 y 5 que se repiten año a año. El total de importaciones de bolsa camiseta lisas en 2015 fue de 934.000.000 cuyo share se muestra en el siguiente gráfico.

Importaciones 2015 de bolsas camiseta

Uruguay XXI

Empresa	Cantidades
Sensor SA	588.000.000
Tesanti SRL	173.000.000
Galina SA	72.000.000
Arlomar SA	77.000.000
Vimax SA	24.000.000
Total	934.000.000



Los datos que AUIP brindó a la Comisión Evaluadora del Proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas plásticas son que 80 millones de bolsas importadas/mes que ingresan al país. Los supermercados vuelcan a través de sus clientes entre un 15 y un

20 % del consumo de bolsas “camisetas” del país, que representan 20 millones de bolsas mensuales y en su gran mayoría (90%) son de producción nacional. Esto significa unas 7 bolsas por habitante por mes mientras que las importadas serían 26 bolsas respectivamente.

3.4 c) Productos sustitutos

Ya en su momento en 2009 el Plan de Acción Estratégico para la gestión sustentable de bolsas plásticas promovía la sustitución de materiales tradicionales y se comprometía a facilitar información a la población de materiales alternativos. En una de las metas a 2015 del Plan, en el punto “reducción del consumo de bolsas plásticas por habitante” una de las medidas propuestas era sustituir parte de las bolsas plásticas por otras de mayor vida útil (“chismosa”). El proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas Plásticas en su art 7° obligaría a los puntos de venta o entrega donde se suministren estas bolsas, a que se ofrezcan a la venta bolsas reutilizables. Se refiere a bolsas diferentes a las de plástico (las de plástico de hecho son reutilizables) y que actualmente ya se ofrecen a la venta en todas las grandes cadenas de supermercados del país.

Las bolsas llamadas genéricamente “de tela” pueden estar confeccionadas con 100% algodón, charol o polyester; fibra de yute o bambú; pet reciclado, tnt laminado o friselina (tela no tejida). Hay dos métodos de confección de las mismas:

- De confección selladas por ultrasonido: tienen costura sin hilo que consiste en la unión de la tela a través de la coalescencia (fusión) del material (friselina) que simula las puntadas efectuadas por una máquina de coser
- De confección industrial: con máquinas de coser industriales pueden realizarse en diferentes materiales (tela no tejida- friselina, yute o algodón)

Otro material sustituto utilizado en otros países son las bolsas de papel, que ya se vio su impacto medioambiental en el capítulo 2 de esta investigación. Y por último se maneja la opción de las bolsas biodegradables, las cuales son 100% en base a almidón de maíz, tienen muy altos costos y no hay suficiente producción para hacer plástico en lugar de alimento.

3.4 d) Imagen negativa en opinión pública

Se puede afirmar que en la opinión pública las bolsas plásticas parten de una base de pocos adeptos. En marzo de 2009 el MVOTMA lanzó una campaña de comunicación (pautas radiales y afiches en vía pública) denominada “sacá la bolsa del medio” con el

objetivo de concientizar a la población hacia un uso racional y responsable de las bolsas plásticas. La evaluación post campaña realizada en todo el país por Equipos Mori, arrojó los siguientes resultados:

- 10 % de la población (en 2ª mención) cree que el exceso de uso de bolsas plásticas es el principal problema ambiental
- 86% de la población cree que los problemas ambientales son IMPORTANTES o MUY IMPORTANTES
- 74% de la población está dispuesto a “usar menos bolsas de plástico al salir del supermercado”
- 71% de la población está dispuesto a “usar muchas veces las bolsas de plástico para no agarrar nuevas”
- 69% de la población está dispuesto a “usar chismosa o carrito de feria para no usar bolsas de plástico”

3.4 e) Tendencia a reglamentar el consumo de bolsas plásticas

La tendencia de las posturas de los países a nivel global va hacia la regularización del consumo de bolsas plásticas. Algunas naciones atendiendo a la gestión macro de la gestión sustentable de las bolsas con un sistema de gestión de residuos acorde y otras simplemente limitándose a la parte de prohibición de su comercialización o el cobro de tasas o impuestos a las mismas. De hecho, el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires resolvió el pasado lunes 5 de agosto de 2016 que a partir de 2017 los supermercados, hipermercados y autoservicios no podrán dar bolsas plásticas. La Asociación de Supermercados Unidos (ASU) se manifestó en contra de la iniciativa y también Ecoplas fue firme en que la tendencia en las bolsas plásticas no es la prohibición, sino el consumo racional, reutilización y reciclado de las bolsas plásticas.

Con respecto al Proyecto de Ley de Uruguay, se advierte que todas las prohibiciones y obligaciones se exigirán una vez transcurrido un año desde la fecha de publicación de la reglamentación.

3.4 f) Ausencia de políticas de Estado

Lo que se ha notado con respecto a las iniciativas gubernamentales de estrategias para la gestión sustentable de bolsas, es la falta de seguimiento y cumplimiento final de metas involucradas. Al no haber políticas de estado con respecto a estos temas, los cambios de equipos de trabajo tras los cambios de mando en el gobierno, hacen que se quiebre el ciclo y no se continúe el trabajo iniciado en administraciones anteriores.

El Plan de acción estratégico para la gestión sustentable de bolsas plásticas del MVOTMA del 2009 tenía un plan de acción con metas a diferentes plazos que no fueron cumplidas. Ejemplo de ello son:

- En la Estrategia 1 “reducción del consumo de bolsas plásticas por habitante”, el punto “mitigar la disminución de la demanda en el sector productor de bolsas plásticas” tenía acciones concretas a cargo del MIEM (entre otros) del estilo de disminuir la informalidad en el sector, establecer mecanismos de promoción de la industria nacional de bolsas plásticas y diseño de un plan para diversificar la producción para evitar pérdidas de fuentes laborales, no fueron llevadas a cabo.
- En la Estrategia 4 “mejora de la gestión de residuos sólidos urbanos” había dos puntos concretos relacionados con la mejora en la infraestructura urbana de contenedores de residuos en la vía pública y en las condiciones de limpieza del entorno urbano con plazo 2009-2015 que no se cumplieron.

Esto genera desmotivación, desgaste y desconfianza en los actores consultados e involucrados en la creación de dichas reglamentaciones (del sector transformador, reciclaje, asociaciones de consumidores, comercios y bocas de entrega de bolsas, etc). También genera pérdida de recursos (tiempo, dinero, esfuerzo) y de continuidad en las estrategias y planes de acción.

4 Conclusiones

4.1 ¿Cuál es el nivel de desarrollo de la sustentabilidad del negocio de las empresas fabricantes de bolsas plásticas en Uruguay?

Dado que el concepto de sustentabilidad del negocio no ha madurado en las empresas del sector, hay una difusa identificación de los stakeholders, las acciones de RSE no están integradas en un plan estratégico y parte del ciclo de vida del producto está sin gestionar todavía, se puede afirmar que no hay desarrollo sobre el tema en su totalidad. La máxima en la industria del plástico de “Reutilizar-Reciclar-Reducir” está presente en sus mentes y en algunos casos en sus acciones pero no desde un punto de vista holístico de la sustentabilidad de su negocio.

Las empresas por su parte han estado abocadas a asuntos más urgentes (caída en su producción, debido a retraimiento del consumo interno, los altos costos productivos de energía eléctrica, mano de obra, leyes sociales, transporte, mantenimiento de equipos industriales y reinversión de maquinaria; competencia desleal desde el sector informal y desde las importaciones que ingresan por debajo del costo de producción y que no tienen los controles de calidad que sí se le aplican a la industria nacional) que les impiden dedicar tiempo a reunirse como sector y enfocarse a lo importante, la sustentabilidad y/o la permanencia en el tiempo de su negocio.

Se han identificado muchas oportunidades como la tan esencial voluntad/necesidad de trabajar por el tema, los acercamientos a temas medioambientales que ya han tenido como sector, y la existencia de asociaciones sectoriales que los nuclean que podrían servir de base para facilitar este camino. También se han encontrado experiencias regionales de instituciones que ya han recorrido este camino y pueden servir como modelo. Hay ejemplos regionales e internacionales donde surge desde el empresariado la necesidad de poner en orden la cadena de valor del plástico, donde la misma industria tiene la iniciativa, investiga, actúa, educa sobre el post-consumo y el cradle-to-cradle. Son los primeros interesados para que su industria sea sustentable, ya sea porque son muchos los detractores del plástico y cada vez más las regulaciones, o porque se dan cuenta que reciclar sus residuos es rentable, así como es rentable rescatar el post-consumo y fabricar con esos materiales (menos emisiones, menos energía, menos costos). Una industria limpia y concientizada con sus stakeholders siempre es más segura y longeva porque tiene menos amenazas. Es un win-win.

Asimismo en nuestro país hay herramientas como certificaciones y consultorías en reporting al alcance del sector. Y por último el potencial de la máquina recicladora de desechos post-consumo que puede contribuir al involucramiento de la industria en este

4.2 Sugerencias sobre el análisis FODA

La receta tradicional de un análisis FODA sería basarse en las fortalezas y potenciarlas aprovechando las oportunidades, resolviendo las debilidades y preparándose para enfrentar las amenazas. En este caso en particular se sugiere “abrazar” la sustentabilidad del negocio con un plan de acción en varios escenarios:

✓ Trabajar el tema en forma sectorial:

Desarrollar un espacio de trabajo que tenga como objetivo impulsar la sustentabilidad en el negocio del plástico. Se debería trabajar para toda la industria, no solamente para los productores de bolsas plásticas, por una cuestión de escala y masa crítica. El trabajarlo en forma sectorial tiene las ventajas de que se crean sinergias, se logra alinear a la industria con los conceptos fundamentales y los resultados son más potentes.

La buena noticia es que el sector ya ha participado de instancias relacionadas con medioambiente e impacto de desechos plásticos, que les sirvió como ejercicio y como antecedente. Se sugiere analizar si las instituciones como AUIP o CTPLAS podrían ser los espacios canalizadores de este trabajo, o si es necesario un espacio completamente nuevo para enfocarse exclusivamente en este tema.

Sería conveniente aprovechar el buen relacionamiento entre empresarios y la voluntad del sector de aunar esfuerzos para el tema, con directivos predispuestos a trabajar en este tema. Quizás un ciclo de retracción del consumo como el que están viviendo puede ser una buena instancia para trabajar en otros espacios más allá de la venta y la producción, como los de análisis, evaluación, planificación y proyección de la sustentabilidad.

✓ Alinear los conocimientos y las metas:

Como punto de partida de conversaciones habría que realizar una capacitación y alinear a todas las empresas con el concepto de sustentabilidad y su alcance. Es vital incluir en la agenda la identificación de los stakeholders de la industria, sus diferentes audiencias e interesados. Los objetivos, la estrategia y el plan de acción con sus metas debería verse reflejado en 3 variables: People, Planet y Profit (las 3Ps de la sustentabilidad)

✓ Considerar los modelos regionales y su expertise:

Dada la existencia de instituciones en funcionamiento en los países vecinos como Ecoplas y Plastivida, se considera que sería muy conveniente para el sector del plástico de nuestro país establecer vínculos con las mismas. Comenzar a recorrer un camino de informarse acerca de las mejores prácticas en sustentabilidad en la industria, tanto a nivel regional como internacional y hacer “benchmarking” con su expertise.

✓ Trabajar para los siguientes públicos:

Gobierno, sociedad civil, empresas, instituciones, prensa y líderes de opinión. Apoyándose en la trayectoria y credibilidad del sector, se debería tomar en cuenta estas diferentes audiencias y evaluar su necesidad de información con respecto al plástico y la sustentabilidad en la industria. Mantenerlos informados es vital para mantenerse como un sector sólido y transparente. Sería ideal que se trabajara para revertir la imagen negativa del plástico en la opinión pública.

✓ Trabajar en las siguientes líneas de acción:

Educación (difusión de beneficios del plástico, su proceso productivo bajo en contaminantes y consumo sustentable), investigación, políticas públicas, mejores prácticas, reciclado y tutela de los productos del plástico. Surge de la bibliografía y de las investigaciones a nivel internacional que todos estos aspectos son en cierta medida responsabilidad de la industria transformadora del plástico. No es conveniente esperar a ser consultados en el marco de resoluciones estatales, sino que adelantarse a las tendencias en regulación parece ser el camino más exitoso.

✓ Involucrar a toda la cadena de valor:

Aprovechando su acceso a la cadena de suministros visto en el punto 3.3 b) de esta investigación, en la parte de Oportunidades del análisis FODA, sería conveniente que involucraran a todos los actores, desde los proveedores hasta el consumidor final. Siempre con la meta de convertir el sistema en una economía circular, es decir extrayendo el máximo valor de los recursos en uso y recuperando los materiales al final de su vida útil.

✓ Posicionarse como líderes del cambio:

Esta sugerencia se desprende de la anterior, como tienen el acceso a la cadena de valor, y como industria tienen el conocimiento completo del ciclo de vida del producto, pueden asumir los compromisos que les conciernen y ser los impulsores del sistema.

✓ Involucrar en el cambio a toda la empresa:

Sobre todo si hay RRHH comprometidos, con un promedio de antigüedad atractivo se sugiere empaparlos del camino a recorrer hacia la sustentabilidad del negocio. A su vez es conveniente en estos casos al comienzo contratar nuevas cabezas que piensen desde la sustentabilidad. No olvidar que debe estar sí o sí el compromiso desde la más alta Dirección ya que una vez embarcados, es un camino lleno de desafíos y beneficios, pero sin retorno.

✓ Adoptar reportes de sustentabilidad:

En la ruta hacia la transparencia, valor tan fundamental en los negocios sustentables, los reportes hay que adoptarlos como forma de tangibilizar las acciones que se están llevando adelante, de modo de no dejar audiencias sin alcanzar

✓ Evaluar certificaciones ISO:

De las herramientas más completas para acompañar a las empresas en su desarrollo sustentable, son los procesos de certificación de normas ISO. Se sugiere evaluar emprender este camino, que entre otros resultados, colaboraría en la integración de las acciones de RSE a un plan estratégico.

✓ Evaluar la diversificación y la adopción de productos sustitutos:

El mercado está cambiando, surgieron los consumidores “green” y ya no son un nicho, sino que están pasando al “mainstream”. Ya sea por las regulaciones gubernamentales que marcan la cancha, por moda o consciencia, cada vez se requieren más los productos alternativos a las bolsas de plástico. Sería una buena iniciativa, que las empresas apoyándose en su infraestructura y tecnología, evaluaran la ampliación de su catálogo de productos hacia otros confeccionados con materiales sustitutos.

✓ Aprovechar la oportunidad de la máquina recicladora de desechos plásticos:

El hecho de contar con esta máquina es valiosísimo para la industria. Capitalizar el know how del reciclado que tienen en el proceso productivo, permitiendo a la vez que

se llegue al final de la cadena ocupándose de los residuos post-consumo es de las iniciativas más “redondas”. Se trata de un tema de responsabilidad común de la industria por lo cual el proyecto debería ser de interés de todos.

4.3 Reflexión final

Esta industria juega un papel fundamental en la calidad de vida de los habitantes de nuestro país debido al valor del material que producen, tanto por el valiosísimo aporte a la vida moderna como el contenedor más higiénico, impermeable, resistente, práctico y 100% reciclable y reutilizable, como por el tremendo efecto contaminante que genera su inadecuada disposición final. A nivel nacional se trata de una industria con mucha visibilidad por un Proyecto de Ley de Uso Sustentable de Bolsas Plásticas que ha sido enviado al Parlamento recientemente. Es un proyecto que plantea prohibiciones de entrega gratuita de bolsas, determina tamaño y aditivos de las que pueden ser comercializadas, etc apuntando a su reducción para minimizar el impacto ambiental. Si bien se trata de una acción aislada en este proceso de mitigar el impacto ambiental de las bolsas (ya que esta acción no se está acompañando con la mejora del sistema de gestión de residuos sólidos), deriva en un impacto productivo para el sector en cuestión.

El camino natural para el sector sería comenzar a entender que la sustentabilidad medioambiental y social podía contribuir a sus ganancias positivamente (así como lo hace el reciclaje de sus desechos productivos), a su vez que a su posición competitiva en el mercado. Los negocios se pueden hacer en forma responsable con el planeta y la sociedad y las grandes corporaciones han demostrado que no hay contradicción entre esto y el crecimiento rentable. Las marcas sustentables están mejor posicionadas, traen mucho más fortaleza y ahorro de costos al negocio. En Uruguay los empresarios simplemente tienen que mentalizarse del camino hacia la sustentabilidad de sus negocios, que es un camino hacia la sustentabilidad social y medioambiental. En definitiva, tienen mucho camino por recorrer, sobre todo como sector integrándose para generar sinergias. En una industria pujante como la del plástico tan instaurada en la modernidad, tienen muchísimas oportunidades. El mundo presenta desafíos extraordinarios y sin precedentes relativos a medioambiente y sociedad.

La sustentabilidad empresarial implica crear valor para los stakeholders actuales (satisfacer las necesidades de los clientes, maximizar el valor para los accionistas, cumplir con los proveedores, gestionar el impacto en la comunidad, ofrecer condiciones óptimas para los colaboradores, etc) respetando los derechos de los

stakeholders futuros (nuevamente comunidad, personal, proveedores, accionistas, etc). Es una forma de hacer negocios, para poder seguir haciendo negocios, para poder seguir estando vigentes, para poder seguir operando. Bajo esta óptica, la empresa es una unidad con las variables de People, Planet y Profit, formando parte de un sistema en que ninguna de ellas podrá actuar en forma aislada para que la empresa pueda sobrevivir a largo plazo.

En el Prólogo de su libro, Decaro (2012) se pregunta por qué se necesitan nuevos líderes para un nuevo mundo? Y una de las frases que contribuye a la respuesta es: “se necesitan líderes con una visión holística, puesta en la sociedad, en la naturaleza, en el planeta, en el universo, en la creación toda”. Continuando con el desarrollo de sus ideas asevera que “Para que un cambio significativo suceda, para alcanzar la paz y la felicidad, son necesarios líderes iluminados que vean el mundo desde una perspectiva diferente que cambie radicalmente su forma de pensar y de actuar, de manera de frenar esta alocada carrera que parece estarnos conduciendo aceleradamente a un desastre global. Necesitamos, entre otras cosas, dejar de vernos separados del resto de la naturaleza y del mundo, lo que nos lleva a creer que los problemas que tenemos los ha creado alguien o algo desde fuera, para reconectarnos, asumir que son el efecto de nuestros propios comportamientos y responsabilizarnos por solucionarlos”.

5 Bibliografía

AUIP (2016b) <http://www.auiip.com.uy/> Portada. Consultada en abril 2016

BCU- Producción por industria y productos agropecuarios- Estadísticas e indicadores- Cuadro 33^a. Link: [http://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-](http://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-Indicadores/Cuentas%20Nacionales/Forms/AllItems.aspx?Paged=TRUE&p_SortBehavior=0&p_FileLeafRef=cuadro_32a%20exls&p_ID=16&PageFirstRow=61&&View={D3D23A97-52DA-42C5-86E7-551329FCC97F}&InitialTabId=Ribbon%2EDocument&VisibilityContext=WSSTabPersistence)

[Indicadores/Cuentas%20Nacionales/Forms/AllItems.aspx?Paged=TRUE&p_SortBehavior=0&p_FileLeafRef=cuadro_32a%20exls&p_ID=16&PageFirstRow=61&&View={D3D23A97-52DA-42C5-86E7-551329FCC97F}&InitialTabId=Ribbon%2EDocument&VisibilityContext=WSSTabPersistence](http://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-Indicadores/Cuentas%20Nacionales/Forms/AllItems.aspx?Paged=TRUE&p_SortBehavior=0&p_FileLeafRef=cuadro_32a%20exls&p_ID=16&PageFirstRow=61&&View={D3D23A97-52DA-42C5-86E7-551329FCC97F}&InitialTabId=Ribbon%2EDocument&VisibilityContext=WSSTabPersistence)

Belz, Frank-Martin and Peattie, Ken (2013) Sustainability Marketing: A global Perspective. Wiley, Second Edition (1): 1-13

Cempre (2016) Consultada en abril 2016

http://www.cempre.org.uy/index.php?option=com_content&view=article&id=86&Itemid=104

Decaro, Julio (2012) Nuevos Líderes para un nuevo mundo. Sabiduría y verdades milenarias para guiar y guiarse en el mundo de hoy. CMI International Group. Prólogo 8-15

Decreto N° 504/07 (2007) del 20 de diciembre del 2007. http://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,principal,_Ampliacion,O,es,0,PAG;CONC;167;1;D;decreto-no-504-007;0;PAG

Deloitte SC (2015), Uruguay. Análisis sectorial: productos plásticos. Noviembre 2015.

Ecoplas (2009) Boletín Técnico Informativo n°27. Análisis del ciclo de vida de tres tipos distintos de bolsas de comercio. Plástico Reciclable, Plástico Biodegradable, Papel Reciclado y Reciclable. Estudio realizado por Bousted Consulting&Associated LTd (BCAL) y American Chemical Council (ACC, Estados Unidos) '2007. Resumen Ejecutivo. CIT- Centro de Información Técnica. Gerencia Técnica. Ecoplas. <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/27.pdf>

Ecoplas (2011) Manual de Valorización de los Residuos Plásticos. Ecoplas. <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/11.pdf>

Ecoplas (2013) Sustentabilidad de las Bolsas Plásticas Normalizadas para Supermercados -Norma IRAM 13610- CIT- Centro de Información Técnica. Gerencia Técnica. Ecoplas. <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/44.pdf>

Ellen MacArthur Foundation (2016). The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/the-new-plastics-economy-rethinking-the-future-of-plastics>

El Observador (2016) <http://www.elobservador.com.uy/gobierno-quiere-prohibir-la-entrega-gratuita-bolsas-plasticas-n947779>

Marine Litter Solutions (2016). <https://www.marinelittersolutions.com/> consultada julio 2016

Franklin Associates, A Division of Eastern Research Group (ERG) “impact of plastics packaging on life cycle energy consumption & greenhouse gas emissions in the United States and Canada - Substitution Analysis” Preparado para: The American Chemistry Council (ACC) and The Canadian Plastics Industry Association (CPIA) <https://plastics.americanchemistry.com/Education-Resources/Life-Cycle-Assessment-Study/Executive-Summary-Impact-of-Plastics-Packaging-on-Life-Cycle-Energy-Consumption.pdf>

GRI (2016) Sustainability and Reporting 2025 Project, March 2016. <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/The-Next-Era-of-Corporate-Disclosure.pdf>

Hernández, Fernández y Baptista (1997). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill 2ª Edición. 4: (57-73)

Martin, Diane M and Schouten, John W, (2011) Sustainable Marketing. Prentice Hall; First edition (1): 1-13

Plan de Acción Estratégico para la Gestión Sustentable de Bolsas Plásticas, elaborado por la DINAMA (Dirección Nacional de Medio Ambiente) en setiembre de 2009. http://www.comprasestatales.gub.uy/Resoluciones/acta_243330.pdf

Plastivida (2007) Boletín Técnico informativo n°7. Informe Técnico: performance ambiental de las bolsas plásticas. CIT- Centro de Información Técnica. Gerencia Técnica. Plastivida. <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/7.pdf>

Plastivida (2007b) Boletín Técnico Informativo n°20. Consideraciones ambientales de las bolsas de comercio de polietileno. CIT- Centro de Información Técnica. Gerencia Técnica. Plastivida <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/20.pdf>

Plastivida (2009) Boletín Técnico Informativo n°24. Bolsas Plásticas: posición de Plastivida Argentina. CIT- Centro de Información Técnica. Gerencia Técnica. Plastivida. <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/24.pdf>

Plastivida (2009c) Boletín técnico informativo n°31. Reciclado Sustentable de Residuos Plásticos post-consumo. Position Paper. “Los aditivos oxodegradables son incompatibles con el reciclado mecánico”. <http://www.ecoplas.org.ar/pdf/31.pdf>

Plastivida Brasil (2016) Página web oficial de Plastivida <http://www.plastivida.org.br/>, <http://escoladeconsumoresponsavel.org.br/>, consultada en mayo de 2016

Proyecto de Ley de Uso sustentable de bolsas plásticas. Montevideo, 11 de Julio de 2016 http://www.aui.com.uy/proyecto_ley_regulacion_bolsas_plasticas_11_07_16.pdf

Tabárez, Nicolás (2015). Artículo “Las bolsas de la discordia”, Diario El Observador de Uruguay, 25 de julio de 2015, <http://www.elobservador.com.uy/las-bolsas-la-discordia-n663315> , consultada en abril de 2016

Trucost,. (2016). plastics and sustainability: a valuation of environmental benefits, costs and opportunities for continuous improvement. <http://www.trucost.com/published-research/185/Scaling-sustainable-plastics-use>

We Mean Business (2016) <http://www.wemeanbusinesscoalition.org/> consultada 10 Abril 2016