

Capítulo 5

CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES “INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2007/2008”

Autora
YANINA MARÍA SOL BASSO

1. Introducción

En el marco del Proyecto de Investigación “El Sistema Contable de Gestión Ambiental ante el desafío del Cambio Climático, su influencia en el impacto regional”, se realiza el análisis de las empresas demandadas por la contaminación de la Cuenca Matanza Riachuelo. En este contexto, en el presente trabajo se analizará el Informe de Responsabilidad Social Empresaria 2007-2008²⁶, de la empresa “Maltería y Cervecería Quilmes S.A.I.C.A. y G.”, una de las 44 empresas demandadas, haciendo hincapié en la información ambiental que presenta y destacando si realiza referencia o no sobre la contaminación de la citada cuenca.

La empresa Quilmes presenta hasta el momento dos Informes de RSE, uno por el período 2005-2006 y otro por el período 2007-2008.

Nuestro análisis se focaliza en este último, el cual se estructura en los siguientes puntos:

1. Introducción.
2. La Compañía.
3. Medio Ambiente.
4. Consumo y Venta Responsables.
5. La Gente.
6. Relaciones con la Comunidad.
7. Creación de Valor Económico.

Es importante destacar que en el 2007 a la empresa en cuestión, además de ser una de las partes demandadas en el litigio por el saneamiento del Riachuelo, en un operativo encabezado por la Dirección Nacional de Control Ambiental (DNCA), dependiente de la Secretaría de Ambiente, se le clausuró parcial y preventivamente un establecimiento en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por encontrar en el predio vertidos contaminantes de efluente líquido a una rejilla cuyo destino final sería un

²⁶ <http://www.cerveceriaymalteriaquilmes.com/index.php?page=nota&id=37>

conducto pluvial, así como la falta de documentación habilitante para la disposición final del acopio de los líquidos.

En este operativo, enmarcado dentro del plan de saneamiento de la Cuenca Matanza Riachuelo, participaron también efectivos de la Policía Federal Argentina. Poco tiempo antes, también la Secretaría de Ambiente había clausurado un sector del predio de esta misma empresa en el partido de Lomas de Zamora.

Por ello, la lectura del Informe de RSE de la firma por los períodos mencionados constituye un elemento de análisis importante para observar la transparencia en la información de la empresa y si realiza mención alguna sobre los hechos antes descritos.

Es de destacar que en el ámbito nacional no existe normativas contables relativas a la exposición de los impactos sociales y ambientales de las organizaciones, por lo cual muchas de las mismas omiten detallar los efectos, positivos y/o negativos, que tienen sobre su entorno.

2. Análisis del Informe

En un análisis más detallado de los distintos puntos que conforman el Informe de RSE presentado por Cervecería y Maltería Quilmes, podemos destacar:

1. "118 años, un mismo compromiso"

La empresa en la introducción al informe destaca principalmente su compromiso de trabajar en favor del consumo responsable de bebidas alcohólicas como condición básica para mantener un negocio saludable en el largo plazo y cumplir su sueño de ser "la mejor compañía de bebidas en un mundo mejor".

2. “Nuestra Compañía”

En este apartado la empresa cuenta brevemente cómo nació en Argentina y como fue evolucionando en el país y contribuyendo al desarrollo económico del mismo.

La empresa produce, elabora, distribuye y comercializa cervezas, gaseosas, aguas minerales, jugos e isotónicos. Emplea alrededor de 4.700 personas en forma directa, cuenta con 9 plantas industriales y una maltería, 8 centros de distribución y una red de más de 200 distribuidores independientes.

Entre sus marcas líderes, produce, distribuye y comercializa:

- *Cervezas*: Quilmes, Brahma, Stella Artois, Iguana, Liberty, Patagonia, Andes y Norte.
- *Gaseosas, jugos e isotónicos*: Pepsi, Seven Up, Mirinda, Paso de los Toros, H2Oh!, Tropicana, Gatorade y Propel by Gatorade.
- *Aguas minerales*: Eco de los Andes, Glaciar, Nestlé Pureza Vital, San Pellegrino, Perrier y Acqua Panna.

Entre sus indicadores claves de desempeño (resultados 2007), se destacan:

- Económicos:
 - Volumen: 21,8 millones de hectolitros de cervezas, gaseosas, aguas, jugos e isotónicos.
- Medio Ambiente:
 - Material reciclado y subproductos: empleo de biomasa. Reutilización de gas metano.
 - Uso de energía: disminución del 11% en energía térmica y del 8% en energía eléctrica.

- Uso de agua: disminución del 7% del consumo de agua para la producción de bebidas.

- Gente:

- 4.700 empleados.
- Satisfacción de los empleados: 77% contestó afirmativamente a la pregunta "¿se siente orgulloso de su trabajo?"

Con respecto a la calidad, implementan un sistema de calidad total que abarca toda la cadena de la empresa (desde los proveedores hasta los distribuidores y puntos de venta). El sistema de aseguramiento de la "Calidad Quilmes" está implementado bajo la norma internacional ISO 9.000.

Otro área de vital importancia es la de Investigación y Desarrollo (I+D) que funciona en el campo experimental que la compañía tiene en Tres Arroyos, Provincia de Buenos Aires.

Entre las actividades más importantes, se destacan:

- Medio Ambiente: Certificación de la norma ISO 14.001/2004.
- Sistema de Gestión Integrada de la Calidad: Norma ISO 9.000/2000.
- Sistema de Seguridad Alimentaria: HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).

El principal objetivo del programa de I+D es la obtención de variedades de cebada cervecera con mejores cualidades agronómicas y de calidad industrial y comercial. A través de este programa, a su vez, la empresa mantiene un fluido intercambio con el ámbito académico a través de varias iniciativas:

- Visitas de universidades al Campo Experimental de Tres Arroyos.

- Participación de técnicos de la compañía en charlas y conferencias de grado y posgrado.
- Consultas y trabajos conjuntos.

3. “Medio Ambiente”

La firma expresa tener una importante focalización sobre la gestión ambiental. Considera a la preservación del medio ambiente como una elección inteligente de negocios, que le permite al mismo tiempo ser eficiente y mejorar los costos, así como también captar la preferencia del consumidor a largo plazo. En pos de estos objetivos, realizan diversos esfuerzos a lo largo de todo el proceso productivo para minimizar el impacto de las operaciones en el medio ambiente.

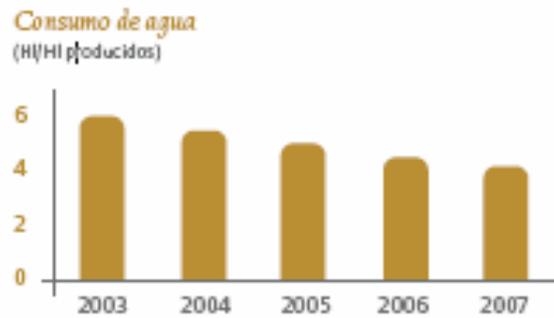
Su Sistema de Gestión Ambiental (SGA) propio, se focaliza en los siguientes temas principales:

Consumo de agua.

Como compañía productora de cerveza, gaseosas, aguas, jugos e isotónicos dependen de fuentes de agua de la más alta calidad, lo que resulta indispensable para otorgar a los consumidores productos de excelencia.

En su informe plantean que el uso eficiente y el cuidado del agua son fundamentales para la preservación de los recursos naturales del planeta. Por ello, seis de sus plantas cuentan con la certificación ISO 14.001: Planta Sur, Corrientes, Tucumán, Mendoza, Zárate y Maltería Tres Arroyos. Planta Quilmes tiene la recomendación ya emitida.

El SGA establece programas para la reducción del consumo de agua, lográndose una importante reducción en los hectolitros consumidos de agua a través de los años, de acuerdo al siguiente gráfico:



Reducción de Gases de Efecto Invernadero.

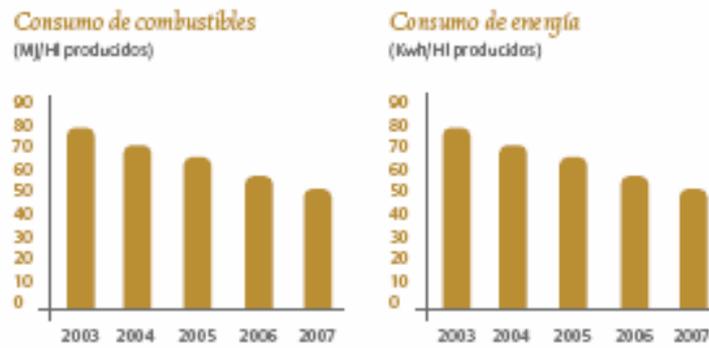
El consumo de energía de la compañía proviene principalmente de la red pública de electricidad. En menor medida, producen energía a través del consumo de gas natural y derivados del petróleo. De acuerdo al informe, aplica diversos proyectos y nuevas tecnologías, que cooperan con la disminución de CO₂, sin detallar los mismos.

Las mejoras de estos dos años respecto al 2006 fueron las siguientes:

- Reducción del 4,5% de la necesidad de CO₂, mediante la recuperación de mayor porcentaje de CO₂ obtenido en los procesos de fermentación de cerveza.
- Disminución del 11% en energía térmica y del 8% en energía eléctrica (para generar energía se consumen combustibles fósiles que, durante el proceso, generan CO₂).
- Utilización de biomasa: combustible energético, como el aserrín, que se obtiene directa o indirectamente de recursos biológicos en Planta Corrientes. Esta forma de generar energía estará operativa también en Planta Zárate.

- Implementación en Planta Corrientes de los sistemas necesarios para reutilizar el gas metano que se genera durante el proceso de tratamiento de efluentes líquidos, conocido como biogas. Proyectan hacer lo mismo, en 2009, en Planta Zárate y Planta Quilmes. El biogas representa cerca del 2,5% de las necesidades energéticas de estas plantas.

Los siguientes gráficos muestran las disminuciones producidas tanto en el consumo de combustible como de energía a través de los años:



Manejo de residuos y efluentes.

De acuerdo al Informe presentado, todas las plantas de la compañía cuentan con un estricto control de la emisión de efluentes líquidos, gaseosos y de residuos sólidos; siendo la mayor parte de los mismos orgánicos (71%).

Además de cumplir con los parámetros establecidos por las leyes vigentes, la empresa hace constar su permanente implementación de planes de control y mejora de las instalaciones de tratamiento de efluentes.

Programas de reciclado.

Ante la importancia de manejar responsablemente los residuos generados en el proceso de producción, la empresa cuenta con:

- Centrales de reciclado en planta: cuenta con centrales de reciclado de cartón, PET, plástico y aluminio en todas sus plantas, provenientes del scrap de producción, que también pueden ser reutilizados como materia prima para diversos usos.
- Reciclado de vidrio: el vidrio roto que se genera en las líneas de producción es enviado a los fabricantes de las botellas. De esta manera, se genera un ciclo cerrado de reciclado, con un doble beneficio ambiental: reducción del volumen de residuos, y reducción de uso de energía para la fabricación de vidrio.

De acuerdo al Informe de RSE, el porcentaje de residuos reciclados que maneja la firma es del 97%.

4. "Consumo y Venta Responsables"

En el marco de una política de autorregulación, en el año 2004 la empresa creó el "Código Quilmes", que regula de manera estricta los principios generales, las pautas de comunicación y el desarrollo de acciones de marketing. Alienta el cumplimiento de políticas de comunicación responsable por parte de todos los que realicen actividades de marketing y comercialización de las marcas de cerveza (empleados, proveedores, distribuidores, comerciantes e instituciones).

Algunos de los principios que establece este Código son:

- No mostrar situaciones en las que la cerveza sea consumida de manera excesiva o irresponsable.
- No pautar en programas dirigidos a una audiencia primaria constituida por menores de 18 años.
- Que los modelos publicitarios no sólo tengan sino que aparenten más de 23 años.

- La no utilización de símbolos, imágenes o lenguaje que apelen principalmente a niños o adolescentes.

Los principales programas desarrollados por la compañía dentro de este marco, son:

- Campanñas de consumo y venta responsables:

Su objetivo es concientizar a los consumidores respecto del consumo responsable de bebidas alcohólicas y sobre la incompatibilidad de combinar las acciones de beber y conducir vehículos. Incluyen acciones en la vía pública, comerciales de radio y televisión, y actividades de patrocinio responsable.

Las campañas más importantes que se desarrollaron y continúan haciéndolo son:

- “*Si tomaste, no manejes*”: incluye gráficas en vía pública, donación de alcoholímetros de última generación y auspicio del Programa Conductor Responsable del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- “*+18=Venta Responsable*”: se utiliza cartelería y otros materiales, con la participación directa del personal de venta de la compañía, alcanzando más de 60.000 puntos de venta.
- “*Patrocinio Responsable*”: stands de consumo responsable en eventos masivos con entrega de material didáctico sobre los riesgos del consumo abusivo de alcohol.
- “*Venta Responsable*”: relación directa con el comerciante (supermercados y comercios minoristas) para concientización de la importancia de no vender bebidas alcohólicas a menores de edad.

- Programa Vivamos Responsablemente:

Es un programa educativo orientado a los chicos del último año de la escuela media (secundario o polimodal) generando un espacio de diálogo y debate para promover valores saludables con el objetivo de prevenir conductas abusivas.

El programa está estructurado en dos módulos: charlas para chicos y charlas para padres, haciendo hincapié en valores como responsabilidad, conocimiento de límites propios, tolerancia / respeto, afectos, esfuerzo y comunicación.

5. "Nuestra Gente"

En el Informe se puntualiza la importancia de la ventaja comparativa que radica en la calidad de la gente. Para ello, desarrollan tres conceptos claves de Recursos Humanos:

- *Meritocracia*: valorización de la actitud "ir más allá", compensación y oportunidad para cada empleado ligadas a su contribución al éxito de la compañía.
- *Informalidad*: el desafío mutuo, en forma respetuosa y constructiva, es parte de la cultura de la compañía.
- *Sinceridad*: devolución honesta sobre el desempeño de cada persona, para conocer su posición dentro de la compañía.

Para generar un ambiente de trabajo agradable y mejorarlo continuamente, utilizan herramientas como las encuestas de opinión, las comunicaciones internas, la capacitación y desarrollo de talentos, y un programa de jóvenes profesionales. También desarrollaron en 2008 el programa "Gente que Vende" orientado a que los empleados de diversas áreas compartieran por un día la ruta de los vendedores, pudieran hablar con los comerciantes para entender de primera mano qué mejoras pueden ofrecerse en el mercado y reforzar el mensaje de venta responsable.

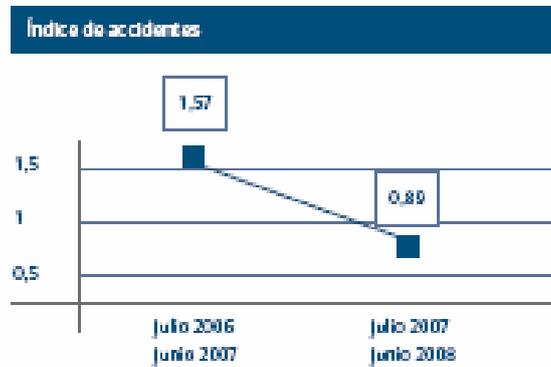
Un punto fuerte dentro de este componente del Informe, lo constituye el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional implementado en la

empresa. Procuran garantizar los máximos estándares de seguridad industrial, estando el Sistema calificado en el máximo nivel, según la legislación Argentina (nivel IV).

En pos de este objetivo, definen indicadores preventivos que complementan los tradicionales indicadores de seguridad (frecuencia, incidencia, gravedad). Desarrollan dos programas de gran relevancia:

- Programa 3D de prevención de accidentes: focalizado en tres ideas fuerza que guían la iniciativa: “Determino riesgos. Defino cómo cuidarme. Decido trabajar con seguridad”.
- Programa de promoción de la salud: orientado a elaborar el perfil de salud de cada empleado de todo el país, mediante exámenes anuales y considerando los factores clásicos de riesgo cardiovascular.

El índice de accidentes ha disminuido notoriamente con la implementación de todas las acciones mencionadas:



El último de los temas desarrollados en este punto dentro del Informe, es el que hace referencia a la conducta de negocios e integridad. Para que los valores fundamentales de la compañía se vean reflejados en todas sus actividades, incluyendo las relaciones con empleados, clientes, proveedores, competidores, gobierno, consumidores y la sociedad en general; han desarrollado un "Código de Ética" como herramienta para consolidar la cultura de honestidad y confiabilidad que proclama la empresa. Los temas más relevantes contemplados por este Código, son:

- Evitar conflicto de intereses.
- Acatar leyes, normas y regulaciones.
- Realizar negocios honestos.
- Otorgar igualdad de oportunidades.
- Aplicar estos estándares en negocios con otros.

6. "Relaciones con la comunidad"

La política de relaciones con la comunidad de la empresa se basa en el concepto de "Promoción Social" y se articula con organizaciones sociales públicas y privadas de salud y educación orientadas a la niñez (desde la concepción hasta la juventud). Sus esfuerzos se materializan en proyectos de inversión social privada y donaciones.

Posee tres proyectos principales e innovadores:

- Proyecto Huertas Familiares

Objetivo: generar una cultura de trabajo en los participantes, a partir del compromiso en la concreción de un fin común y de la obtención de productos para la alimentación del propio grupo familiar o su venta a terceros. Capacitación en materia de nutrición e higiene y aprovechamiento de recursos naturales.

- Patrocinio Cultural "El Salto de Christian"

Objetivo: contribuir al afianzamiento de la identidad cultural y al sentimiento de pertenencia de todos los integrantes de la comunidad de Tres Arroyos, Claromeco y sus alrededores.

- Construyendo Ciudadanía

Objetivo: capacitación de jóvenes en temas como violencia y discriminación, salud sexual y reproductiva, adicciones y medio ambiente. Iniciativa llevada a cabo junto con CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento), diversas ONG y universidades locales.

7. “Creando Valor Económico”

La estrategia comercial de la compañía, conocida como “SuperVoyager”, se concentra en cuatro pilares: un *portfolio* de marcas ganadoras, lograr la preferencia de los consumidores en el punto de venta, eficiencia de clase mundial y crecimiento externo focalizado.

En los últimos tres años lleva invertido en tecnología de producción más de 300 millones de dólares, destinados no sólo a inversiones industriales, sino también a aquellas destinadas al fortalecimiento de la red comercial, así como en tecnología, medio ambiente y recursos humanos. En la actualidad, exporta la calidad argentina, abriendo mercados para sus productos en más de 20 países en los 5 continentes.

Sus programas más relevantes en materia de gestión de negocios son:

- Voyager Plant Optimization (VPO): sistema aplicado a las plantas.
- Presupuestación Base Cero: ahorro de costos, priorización y control.
- Galaxia Q: desarrollo y consolidación de un sistema de distribución altamente profesionalizado, sustentable, eficiente y orientado a la excelencia.

Por último el Informe hace hincapié en dos aspectos fundamentales del desarrollo de red de la empresa: los Proveedores (el 90% de los gastos operativos y de producción de la firma se concentra en empresas proveedoras locales), y los Distribuidores (otorgando distintos tipos de capacitación específicos).

3. Conclusión

Si consideramos las múltiples limitaciones que presentan en la actualidad tanto la contabilidad patrimonial como la gerencial para informar sobre aspectos sociales y ambientales provocados por el desarrollo de sus actividades, podemos afirmar que los Informes de Responsabilidad Social o Informes de Sostenibilidad que presentan actualmente un gran número de empresas, constituyen una herramienta esencial para poder reflejar los impactos mencionados de sus actividades.

Los motivos de esta nueva tendencia de Informes descansan principalmente en las políticas medioambientales que poseen las empresas europeas, las nuevas exigencias para ingresar a los mercados con requisitos como la ISO 14.001, la nueva generación de inversionistas responsables y las nuevas demandas de la sociedad, que exigen que las empresas sean responsables social y ambientalmente sobre los impactos que producen en la comunidad en la que operan.

Con respecto al objetivo perseguido en el presente trabajo, cabe destacar que el saneamiento de la Cuenca Matanza Riachuelo constituye uno de los retos ambientales más desafiantes de la Argentina, ya que carece de infraestructura de saneamiento, con una comunidad circundante de pobreza extrema, basurales a cielo abierto, agua, aire y suelo contaminados. Esta contaminación ambiental general provoca impactos negativos tanto en la salud como en la calidad de vida de la población vecina.

Si bien en el litigio cada uno de los demandados ejerció su derecho de defensa en juicio, cuestión que permite negar todos y cada uno de los aspectos alegados en la demanda, la crítica situación por la que atraviesa el Riachuelo reclama una actitud mucho más responsable de cada una de las

partes que, por acción o por omisión, han contribuido a generar el actual estado de situación de la Cuenca.

El análisis del Informe de RSE de la “Maltería y Cervecería Quilmes” permite concluir que la empresa no hace mención alguna sobre la contaminación de la Cuenca, ni tampoco de su condición de demandada en el litigio pertinente. Si bien a lo largo del informe se observan actividades tendientes a cuidar el medio ambiente y la comunidad vecina de cada una de sus plantas, no se describe con grado de detalle las actividades propiamente llevadas a cabo para estos fines.