

Estrategia de RSC y alineamiento con la revalorización de plásticos

El alinear la revalorización de plásticos con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de una empresa puede ayudar a promover la gestión medioambiental y la responsabilidad social, mientras también se obtienen beneficios económicos. ¿Cómo hacerlo?

Introducción

Según el sitio web oficial de la Comisión Europea, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se define como "La responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad", lo que incluye el impacto del que las corporaciones son responsables con respecto a factores ambientales, sociales, éticos y económicos [1]. Aunque existen otras opiniones y teorías diferentes, a menudo contradictorias, que han surgido rápidamente después de la Segunda Guerra Mundial y han definido la era moderna de la RSC, una de las más renombradas es la Pirámide de Carroll basada en cuatro elementos principales [2].

Según el informe "[La gestión de la RSC en la industria del plástico](#)" realizado por la Universidad de Jonköping en Suecia, la base de la implementación de la RSC en una organización depende de la dedicación e iniciativa de la alta dirección. Las empresas creen que su actividad de RSC existente pasa desapercibida debido a la gran cantidad de residuos plásticos generados por los clientes. La mayoría de las empresas enfatizan el aspecto ético de la RSC al describir su significado, mientras que los factores económicos se perciben como la mayor motivación para la implementación de actividades de RSC [3].

Descripción

Una de las teorías más reconocidas es el marco de RSC desarrollado por Carroll (en 1991, originalmente publicado en 1979). La RSC consta de cuatro dimensiones diferentes de responsabilidades que las empresas deben esforzarse por cumplir para tener éxito. Estas cuatro dimensiones son responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, que argumentan por qué las empresas deben cumplir con sus responsabilidades para mantenerse en producción (Fig. 1).

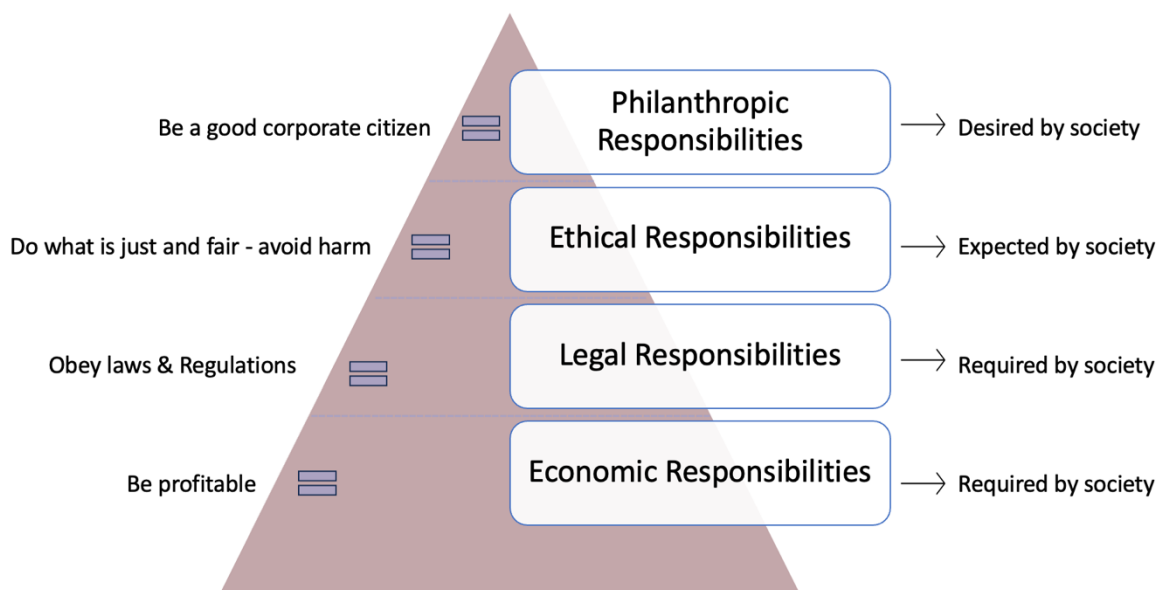


Figura 1: Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa de Carroll [2]

Responsabilidad Económica – Ser capaz de sostenerse obteniendo beneficios para continuar las operaciones. Es la base de la forma de RSC en eficacia financiera centrada en la rentabilidad, centrándose en la eficacia de costos, ingresos, marketing, inversiones, estrategias y operaciones que extienden el rendimiento a largo plazo del negocio [2].

- Los directivos deben estar actualizados y ser receptivos a las tendencias del plástico para mantener la relevancia en la industria debido a la creciente demanda de plásticos reciclados y la importancia de las prácticas de RSC en el futuro, observando a la competencia, comunicándose estrechamente con los clientes y cambiando la percepción negativa hacia los aspectos positivos del plástico [3].
- La revalorización del plástico puede requerir inversiones significativas en equipos, infraestructura, logística para recoger y transportar residuos plásticos y personal, lo que puede ser una preocupación para las empresas que buscan controlar los costos.
- La revalorización del plástico puede proporcionar beneficios económicos a través de ahorros de costos y generación de ingresos, lo que puede ayudar a promover prácticas empresariales sostenibles.
- La revalorización del plástico también puede ser una oportunidad para impulsar la innovación, desarrollando nuevos productos y procesos que ayuden a reducir el impacto ambiental de los residuos de plástico.

Responsabilidad Legal – Las empresas están obligadas a cumplir con las leyes y regulaciones establecidas como reglas básicas mínimas a nivel federal, estatal y local [2].

- La revalorización del plástico también puede estar sujeta a diversas regulaciones y normas, lo que puede ser una preocupación para las empresas que buscan gestionar el riesgo.

Responsabilidad Ética – Aunque las reglas básicas son esenciales, no son suficientes. La moda ética es esperada por la sociedad e incluye acciones justas y objetivas donde las reglas no dictan la orientación; el rendimiento empresarial que respeta las costumbres y normas éticas tanto nuevas como adoptadas [2].

- La demanda éticamente justificable de productos o servicios no siempre está en línea con las posibilidades de producción. Las empresas se enfrentan al desafío de elegir la forma más ética, satisfacer las necesidades de los clientes, mantener la competitividad y asumir la responsabilidad por el medio ambiente [3].
- La revalorización del plástico puede ayudar a reducir el impacto ambiental de los residuos de plástico al disminuir la cantidad de plástico que termina en vertederos y océanos, y al conservar los recursos naturales.
- La revalorización del plástico también puede tener un impacto en la reputación de una empresa, y las empresas pueden necesitar considerar cómo comunican sus esfuerzos a las partes interesadas.

Responsabilidad Filantrópica (Discrecional) – Incluye diversas contribuciones a la sociedad, como la donación de recursos monetarios, productos o servicios, el voluntariado y otros que no están obligados ni requeridos por la ley, ni se esperan en el sentido ético [2].

- La revalorización del plástico puede aumentar la participación comunitaria en los esfuerzos de gestión de residuos y reciclaje, lo que puede promover la administración ambiental y la responsabilidad social.
- La revalorización del plástico puede ser una oportunidad para educar y concienciar sobre el impacto ambiental y social de los residuos de plástico, y para fomentar hábitos de consumo más sostenibles.

Según una encuesta en Suecia, las empresas esperan una mayor demanda de plásticos reciclados gracias al conocimiento emergente y la popularidad de los principios sostenibles que, por otro lado, conducen al desarrollo de materiales alternativos y tendrán un impacto en la producción de

plástico, el reciclaje y el cambio a fuentes de energía alternativas. En consecuencia, la mayor demanda ha llevado a una escasez de material reciclado y a un aumento de los precios.

Las empresas también enfrentan el desafío de cómo explicar y comunicar los beneficios del plástico tanto en aspectos físicos como ambientales [3].

Dado que la RSC de cada empresa puede diferir según la industria, las preferencias políticas, culturales e individuales, el primer paso para acercarse a ser un "buen ciudadano corporativo" debe comenzar a nivel económico. Hay muchas actividades que una empresa puede realizar para crear una estrategia de RSC adecuada. Sin embargo, esto va precedido por el conocimiento de nuestros propios

valores, los que esperamos en la sociedad y los valores y preferencias del cliente, así como la motivación para llevar a cabo procedimientos innovadores, que son esenciales para la prosperidad económica futura.

Estudios de Caso y Ejemplos

La vida útil promedio de una prenda de vestir es de aproximadamente 3 años. Luego, se vuelve o no se puede usar, deja de estar de moda, pierde su color o podemos encontrar muchas otras razones para dejar de usarla. Las prendas no deseadas a menudo se pasan a amigos y familiares, se donan a organizaciones benéficas y ONG, o se devuelven a minoristas como parte de programas de devolución. Sin embargo, solo el 0.1% de estas prendas donadas o devueltas se reciclan en nuevas fibras textiles. La mayoría de estas prendas terminarán en vertederos donde contaminan y crean un entorno insalubre. Mientras que hasta el 95% de estos textiles podrían ser reciclados.

Sobi.eco es una marca ética y ecológica creada en cooperación con una diseñadora de moda llamada mayamay para desarrollar proyectos innovadores con dimensiones sociales y ecológicas. Sobi.eco también crea asociaciones únicas entre ONG y el sector empresarial, mantiene la calidad de todos los productos y actividades sostenibles a través del marketing y las ventas, aumentando la conciencia social y ecológica en la sociedad.

Sus productos incluyen bolsos y accesorios de moda, fundas para portátiles y estuches de transporte para pertenencias, y protectores, que se ofrecen al público en general, empresas y empresas con un fuerte énfasis en la sostenibilidad y las actividades de RSC. Los principales materiales que la empresa recupera y revalora son textiles no utilizados y botellas de PET.

Sobi.eco recoge el textil reciclado y las botellas de plástico PET se utilizan como aditivo en el tejido no tejido reciclado triturado prensado en prefabricados para su posterior procesamiento. Para la producción, la marca utiliza textiles antiguos, desde camisetas, sudaderas hasta jeans o calcetines, que se limpian primero. El material se recoge y se prepara en Eslovaquia y la República Checa, donde existen grandes mecanismos que desgarran los textiles y los preparan para el prensado. Posteriormente, mediante el proceso de agujereado, las fibras se unen y se prensan hasta el grosor requerido.

La marca Sobi.eco trabaja con tela reciclada no tejida, que es muy resistente. Sin embargo, los textiles también se producen de esta manera, lo que tiene una capacidad de carga débil y está destinado más a la aislación o refuerzo. Los textiles que se degradan y no se pueden donar más pueden ser procesados de esta manera.

La industria textil es la segunda más contaminante y a menudo se asocia con trabajo no ético. Sobi.eco quiere mostrar que se puede hacer de otra manera. Ecológica y éticamente. Por eso se creó una marca a través de la cual las personas quieren señalar la necesidad de cuidar el medio ambiente y a otras personas. Los productos están hechos de textiles y plásticos reciclados, como

ya hemos mencionado, y en su producción participan personas desfavorecidas en Eslovaquia. Ya sea en términos de salud, sociales o en regiones con un acceso más difícil al trabajo. Una marca puede que no salve al mundo, pero puede educar. *"Queremos inspirar a otros, empresas e individuos, a recordar nuestra Madre Tierra en sus actividades, para que juntos podamos protegerla para las generaciones futuras. Cada uno de nosotros influye en los acontecimientos. Incluso las pequeñas decisiones, como si compro algo o no, pueden marcar una gran diferencia. Después de todo, gota a gota se hace el mar. Incluso si son pequeñas, el trabajo conjunto es grande"*, dice Alena de Sobi.eco [4].



Recursos

Links:

- [1] https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-social-responsibility-responsible-business-conduct_en
- [2] <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6>
- [3] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1432168/FULLTEXT01.pdf>
- [4] <https://sobi.eco/sk/>

Artículos: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1432168/FULLTEXT01.pdf>