



# ENERGIA E ALIMENTOS

XVI Seminário de Iniciação Científica  
XIII Jornada de Pesquisa  
IX Jornada de Extensão

UNIJUÍ . 23 a 26 de setembro de 2008



## POSICIONAMIENTO AMBIENTAL DE UNA PyME PRODUCTORA DE ALIMENTOS ENVASADOS

*Victor Andrés Kowalski, Isolda Mercedes Erck*

**INTRODUCCIÓN:** las PyMEs ocupan hoy en la Argentina un lugar importante, específicamente en términos de generación de empleo, así como también en volumen de exportación. En este contexto, la mejora de las oportunidades competitivas no solamente se alcanza con la optimización de los procesos, la reducción de costos, o incrementos en el valor agregado de los productos. Un adecuado posicionamiento medioambiental de una empresa resulta trascendental para mantener los clientes, así como también acceder a nuevos mercados, y obviamente al desarrollo sustentable. El presente trabajo surge de la necesidad de analizar el accionar ambiental de una PyME productora de productos comestibles envasados en la provincia de Misiones. Uno de sus objetivos es el de posicionar ambientalmente a la empresa, teniendo en cuenta el entorno socioeconómico y natural en que se desarrolla. Un segundo objetivo, pretende mostrar cómo una empresa puede ayudar a concientizar a la sociedad respecto a la problemática ambiental y al mismo tiempo cambiar o mejorar su imagen medioambiental. **Materiales y métodos:** desarrollar un sistema de gestión ambiental en una empresa, tiene como primer paso realizar la evaluación del posicionamiento medioambiental de la misma. Definir el posicionamiento implica conocer el compromiso de la empresa, hacer la revisión ambiental inicial, confeccionar un registro de requisitos legales y reglamentarios, y finalmente establecer la política medioambiental. De acuerdo al ámbito donde se ha desarrollado se trata de un estudio de campo, mientras que de acuerdo a los objetivos se trata de un estudio descriptivo. Para la recopilación de la información se ha utilizado la observación de campo, no participante y no dirigida. La principal técnica utilizada ha consistido en entrevistas no estructuradas focalizadas. Se ha completado la información a través de la investigación documental. Para el desarrollo del trabajo, a partir del conocimiento del compromiso, se describió el entorno del estado ambiental operacional y las actividades susceptibles de generar impacto ambiental, estableciéndose las medidas correctoras. **Resultados:** la recopilación de datos sirvió para elaborar la matriz de importancia de los impactos ambientales con y sin mitigación. Finalmente se realizó el diagnóstico ambiental actual de la empresa, en función de fortalezas, amenazas y oportunidades ambientales. El programa de educación ambiental no formal se adecuó al contexto social de la industria. El resultado cualitativo de cuáles son las alteraciones que genera la actividad en el medio ambiente, sirve para encaminar correctamente un sistema de gestión ambiental para la empresa en busca de su desarrollo sustentable. **Conclusiones:** el estudio del posicionamiento ambiental, ha mostrado que la empresa se ha comportado por un lado, ambientalmente en forma reactiva, en relación a algunas prácticas de gestión de residuos. Por otro lado, también ha manifestado un comportamiento proactivo, en las acciones referidas a innovaciones tecnológicas. Esta dualidad en su accionar, señala justamente la falta de un sistema de gestión ambiental. La empresa puede aplicar un plan de mejora respecto a su actuación ambiental, siendo accesible



# ENERGIA E ALIMENTOS

XVI Seminário de Iniciação Científica  
XIII Jornada de Pesquisa  
IX Jornada de Extensão

UNIJUI . 23 a 26 de setembro de 2008



tanto desde el punto de vista técnico como económico. Además puede mejorar su imagen ambiental, mediante un sencillo programa de educación ambiental no formal.