

Así se hace...

BUENAS PRÁCTICAS DE RSE



FLORIDA BEBIDAS S.A. AGUA NEUTRAL

Florida Bebidas S.A., es una empresa costarricense con larga trayectoria en el país, que cuenta con más de 2500 accionistas. Es parte de Florida Ice & Farm Co. (FIFCO), al igual que Florida Inmobiliaria S.A. y Florida Capitales S.A.

Su principal actividad es la producción y distribución de bebidas, entre las que destacan la cerveza, los refrescos de frutas y el agua embotellada.

El objetivo de Florida Bebidas S.A. es “ser la empresa líder de bebidas y conservas en Centroamérica, en términos de creación de valor económico, social y ambiental, excediendo las expectativas de sus consumidores, en beneficio de sus clientes, colaboradores, accionistas y las comunidades en donde actúa”.

En el año 2003, Florida Bebidas S.A. se divide en cuatro unidades para su estrategia de negocios: Cerveza, Refrescos, Ventas y Distribución y Finanzas y Servicios Corporativos

Para el año 2002, Florida establece una alianza estratégica con Heineken Internacional y esta empresa adquiere un 25% de las acciones de Florida Bebidas. Ese mismo año, Florida, en alianza con Heineken Internacional y Panamco, compra Cervecería Barú de Panamá. En el año 2006, adquiere la empresa guatemalteca Alimentos Kern's y en el 2007, ECSA y DCB empresas productora y distribuidora respectivamente de las bebidas de Pepsico, Inc. en Costa Rica.

Las operaciones de la empresa se realizan por medio de dos subsidiarias: Productora La Florida S.A. y Distribuidora La Florida S.A.

La visión de Florida Bebidas se basa en seis ejes principales:

1. “Liderazgo de Mercado: Ser una empresa que ostenta el primero o segundo lugar en participación de mercado en todas las categorías de bebidas en las que participa.





2. Enfoque en Clientes y Consumidores: Ser una empresa que consistentemente excede las expectativas de sus clientes y consumidores, a través de la permanente innovación y desarrollo de sus marcas, productos, y servicios de reconocida calidad superior.

3. Operación de Clase Mundial: Ser una empresa reconocida por sus prácticas de negocios de clase mundial, destacada por su ejecución en el punto de venta, eficiente gestión de manufactura y cadena de suministro, que le dan una ventaja competitiva en costos.

4. Opción Laboral de Presencia: Ser una empresa reconocida por valorar y desarrollar el talento humano, lo que la sitúa entre las primeras cinco empresas de preferencia de los mercados laborales en donde actúa.

5. Creación de Valor: Ser una empresa que alcanza consistentemente sus objetivos de rentabilidad y retorno sobre inversión, garantizando el crecimiento sostenible de largo plazo.

6. Responsabilidad Social Corporativa: Ser una empresa cuyas prácticas de negocios son consistentes con su código de ética, sus compromisos ambientales, el desarrollo del país y de las comunidades en las que actúa” .

Debido a su misión, para Florida Bebidas es muy importante ser responsable con la conservación y protección del medio ambiente. Esta preocupación motivó la iniciativa de ser Agua Neutral, que busca, por medio de acciones concretas, minimizar el impacto ambiental de sus actividades productivas compensando la huella hídrica de la compañía desde el ingreso de las materias primas e insumos a las instalaciones, hasta la colocación del producto en el punto de venta.

Florida Bebidas S.A. pretende ser la primera compañía “Agua Neutral” para el 2012, mediante la combinación de procesos y tecnologías más eficientes, reducción del consumo de agua, control de fugas y la compensación del líquido.

Como parte de este compromiso, la compañía ha fijado una serie de objetivos que guían su meta:

-Medir y controlar los consumos de agua en todas las instalaciones de Florida Bebidas.

-Ampliar y reforzar el Programa de Sensibilización y capacitación ambiental al personal de la empresa en ahorro y disminución del consumo de agua.

-Reducir los consumos de agua a través de la eliminación/disminución/recirculación /reciclaje de agua sin perjuicio de los indicadores de energía en todas las instalaciones de la compañía.

-Calcular de manera precisa la huella operativa de agua (consumo de agua + agua contaminada equivalente) de Florida Bebidas.

-Investigar sobre otras alternativas de compensación de la huella de agua.

-Realizar inversión social estratégica en proyectos que apliquen para la compensación de la huella de agua negativa.

-Proteger las zonas de recarga acuífera mediante mecanismos de PSA's (Pago por servicios ambientales).

Es en el periodo fiscal 2009-2010 que FIFCO anuncia el compromiso de convertirse en la primera empresa en la región Agua Neutral. Para esto, la estrategia a implementar consiste en medir, controlar y disminuir los

consumos de agua de todas las operaciones en la cadena directa de valor (huella de agua operativa).

El siguiente paso consiste en la compensación externa de la huella operativa, es decir, compensar externamente lo que ya no se puede reducir a cero internamente, mediante la inversión en proyectos de dotación de agua potable a comunidades que carecen del recurso. Por ejemplo, como se hizo en la construcción del acueducto para la comunidad de Gavilán Canta en Talamanca en conjunto con Amanco y el Club Rotario de Cartago.

Además, para compensar su huella, Florida Bebidas se preocupa por la protección de zonas de recarga acuífera mediante el mecanismo de PSA's a través de FONAFIFO (Fondo Nacional de Financiamiento Forestal) del MINAET (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones de Costa Rica).

Como parte de ese compromiso, Florida Bebidas a través de los PSA's, paga un costo anual por proteger los bosques que sirven de recarga del acuífero en la cuenca alta del Barva, provincia de Heredia, donde hay 329 hectáreas con un régimen de protección. La empresa paga al propietario de los terrenos a cambio de que no se tale el bosque y se mantenga el uso del suelo.

¿CÓMO EVALÚAN EL DESEMPEÑO AMBIENTAL DE LA EMPRESA?

Para medir el liderazgo en la dimensión ambiental, se creó un indicador macro denominado "Eco-Florida", que mide y gestiona la creación de valor ambiental de la compañía en el Balanced Scorecard (BSC). El BSC es una herramienta que permite calcular en forma estratégica el desempeño organizacional, colectivo e individual por medio de objetivos que se operacionalizan en un set de indicadores claves.

Los indicadores están basados en las prioridades de Florida Bebidas en materia ambiental:

- a) Uso eficiente del agua.
- b) Uso eficiente de la energía y la reducción de la huella de carbono.
- c) El manejo adecuado de los residuos sólidos.

Por otro lado, Florida Bebidas, invirtió en el periodo fiscal 2008-2009 más de 1.5 millones de dólares en el seguimiento y control de la dimensión ambiental. Entre los principales rubros destacan los siguientes:

- a. Control operacional de los procesos productivos y operaciones desarrolladas.
- b. Seguimiento y medición.
- c. Capacitación y sensibilización ambiental.
- d. Estudios para evaluaciones ambientales.
- e. Auditorías ambientales externas.
- f. Ejecución de los programas ambientales.

Adicionalmente, cada una de las unidades de producción de la compañía incluye dentro de sus inversiones y presupuesto anual los recursos financieros requeridos para garantizar que su operación se desarrolle dentro





de los lineamientos ambientales que la empresa ha fijado.

A su vez, Florida Bebidas mediante el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) establece las directrices por las cuales se implementa de forma efectiva la Política Ambiental de la empresa. Este sistema se encuentra diseñado para cumplir con la Norma INTE-ISO 14001:2004 (Sistemas de Gestión Ambiental).

El objetivo de la implementación del SGA es la búsqueda de la excelencia ambiental como un elemento fundamental en la operación diaria de la compañía, mediante el compromiso de integrar los principios de administración ambiental a las decisiones y procesos de negocios por medio del cumplimiento de la política y las metas ambientales establecidas en la empresa.

El alcance del SGA en la actualidad abarca desde el ingreso de las materias primas e insumos a las instalaciones de producción de la empresa hasta el despacho del producto terminado desde cualquiera de las instalaciones de distribución de Florida Bebidas a los distintos puntos de venta en todo el país.

Para cumplir con el sistema, Florida Bebidas cuenta con una Alta Dirección del Sistema de Gestión Ambiental Corporativo, que está integrada por todos los altos mandos de las distintas áreas de la empresa. El objetivo de la Alta Dirección del Sistema de Gestión Ambiental Corporativo es revisar periódicamente en intervalos planificados el SGA para asegurarse de su ajuste y eficacia continua.

Además, la Alta Dirección del SGA asegura la disponibilidad de recursos humanos y sus habilidades especializadas, así como infraestructura, recursos financieros y tecnológicos para establecer, implementar, mantener y mejorar el SGA.

RESULTADOS. IMPACTOS Y LOGROS

La estrategia de "Agua Neutral" ha tenido muchos resultados, entre los que destacan:

- Entre el 2001 y el 2008, 340 hectáreas fueron protegidas bajo el esquema de PSA's.
- Durante el período fiscal 2008-2009, el consumo total de agua de la compañía fue de 6.24 hectolitros por hectolitro producido (hl/hlp), mientras que en el periodo 2009-2010 fue de 5.46 litros de agua por litro de bebida producida y distribuida, lo que significa una reducción del consumo total de agua de la empresa.
- La reducción se logró mediante la reutilización y reciclaje de agua, control de fugas, medición y control, así como la sensibilización ambiental de los colaboradores.
- La inversión en seguimiento y control de la dimensión ambiental llegó a 1.5 millones de dólares en el periodo fiscal 2008-2009.
- En el mismo periodo, se logró cuantificar el 100% de los consumos de agua de la cadena directa de valor de Florida, es decir, desde que ingresan las materias primas e insumos a las instalaciones hasta la distribución del producto en el punto de venta.
- Además, todas las operaciones de Florida Bebidas mejoraron sus indicadores de consumo de agua con

con respecto al periodo anterior.

- Capacitación a los colaboradores de Florida en buenas prácticas ambientales en el manejo del agua.
- Eliminación de fugas e inversión en equipos más eficientes.
- En el año 2009, se realizó la instalación de medidores de agua en las instalaciones comerciales y administrativas de la compañía, proceso que permite cuantificar en forma detallada el consumo de agua de la compañía.

Consumo de Agua				
Operación	Unidades de medición	Meta	2009	2008
Planta Refrescos	hl agua/ hl producido	7,9	7,3	7,9
Planta Cerveza	hl agua/ hl producido	5,8	6,4	6,0
Planta Pepsi	hl agua/ hl producido	2,7	2,5	3,1
Ventas y Distribución y otros	hl agua/hl vendido	1,29	1,29	ND
TOTAL	hl agua /hl producido y vendido	6,14	6,24	ND



Tomado del Reporte de Sostenibilidad 2009

En el cuadro anterior, se puede observar que en el año 2009, la Unidad Estratégica de Refrescos cumplió con las metas de disminución planteadas, ya que redujeron el consumo en 7,6% en la Planta Tropical y 19,4% en la planta de carbonatadas. Este resultado se debió a la implementación de buenas prácticas ambientales en el uso del agua, así como la instalación de una nueva torre de enfriamiento en la Planta Tropical.

El consumo de la Planta de Pepsi durante este período (2.5 hl/hlp) alcanzó el nivel del mejor “benchmark” a nivel mundial para este tipo de operaciones.

En el caso de la Planta Cerveza, es necesario realizar un cambio tecnológico para reducir significativamente el consumo de agua en los próximos años, debido a que el indicador de esta planta afecta de manera importante el indicador corporativo y provocó que no se alcanzara la meta corporativa, a pesar de que se logró superar las metas en las otras áreas del negocio.



PÚBLICOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS

“El consumo de agua es uno de los indicadores de eficiencia más importantes para Florida Bebidas”, dijo Gerardo Miranda, Gerente de Gestión Ambiental.

Por ello, para Florida Bebidas es importante integrar activamente al personal de todos los niveles dentro de la Política Ambiental Corporativa y comunicarla periódicamente a los colaboradores y proveedores involucrados en el SGA.

Como parte de ese compromiso, se ha implementado una campaña interna de sensibilización que promueve el uso racional de los recursos como el agua y la energía, así como la reducción de la contaminación a través del manejo y disposición adecuada de los residuos que se generan en la compañía. A su vez, se implementa un programa de capacitación corporativa, mediante el cual sedota al personal de las aptitudes necesarias en materia ambiental, según sean sus funciones y responsabilidades.

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

“Agua Neutral” es un objetivo estratégico permanente y constante de la empresa con el fin de convertir la cadena directa de valor de Florida en Agua Neutral para el 2012.

Es necesario reducir al máximo el consumo de agua, para darle un uso racional y eficiente al recurso y seguidamente compensar la huella operativa de la compañía para alcanzar un neto igual al cero.

Para Florida Bebidas, el control y ahorro de agua es vital, por tanto debe existir una responsabilidad social empresarial y un apoyo tanto de la gerencia como de los colaboradores de la empresa para generar resultados positivos en la estrategia de Agua Neutral.

HACIA DONDE SE DIRIGEN LAS PRÁCTICAS DE FLORIDA BEBIDAS

La compañía tiene una huella hídrica operativa estimada en 23 millones de hl y se espera que para el 2012 se mantenga esa cifra a pesar del aumento de la producción y los usos de agua asociados a ésta.

Para cumplir el objetivo, se debe dar seguimiento al programa de ahorro de agua para cada una de las instalaciones de la empresa.

Otro paso a seguir, es investigar sobre otras alternativas de compensación de la huella de agua, a parte de las que ya se manejan para realizar inversiones sociales estratégicas.

Para Florida Bebidas es importante que se trabaje en alianza con otros sectores para afrontar los desafíos que se presentan en la parte ambiental, como se refleja en lo dicho en la Carta del Presidente de la Junta Directiva:

“Los grandes desafíos del entorno en cuanto al medio ambiente (deterioro de la capa de ozono, aumento en la contaminación del agua, el suelo y el aire y deterioro de la biodiversidad), la economía que está pasando por una coyuntura con muchos desafíos y los retos sociales (aumento de las brechas sociales, la inseguridad ciudadana, etc.), demuestran que es fundamental que trabajemos en alianza con los demás sectores (Gobierno y sociedad civil), para construir juntos un país más próspero, equitativo y sostenible”, dijo Rodolfo Jiménez Borbón, Presidente de la Junta Directiva.

ASÍ SE HACE

Para obtener más información sobre la Política de Cero Residuos Sólidos, puede comunicarse con:

Gerardo Miranda, Gerente Ambiental, Florida Bebidas S.A.

Teléfono: 2437-6590

