

índice

- objetivos**

- hipotesis**

- marco teórico**

- tipo de diseño**

- análisis de resultados**

- conclusión**

- referencias bibliográficas**

Objetivos

***Conocer sobre el impacto de las fábricas**

***Concientizar a la población sobre su consumo**

***cuidado ambiental mediante productos renovables**

***elaboración de productos.**

Hipó tesis

En esta investigación les vamos a hablar sobre la problemática de las fábricas y los productos no renovables que estás producen y que favorecen a la contaminación ambiental.

Lo que nosotras queremos es concientizar a la gente acerca del cambio climático y la contaminación que producen lo que consumimos.

Vamos a brindar información sobre diferentes fábricas de alimento y también entrevistas con los dueños de las fábricas quienes nos brindaron información.

¿Cómo hacen los productos? ¿Serán renovables? ¿Se preocupan por el medio ambiente?

También nos fijamos en denuncias hacía las fábricas para saber si contaminan al medio ambiente, y poder responder la pregunta inicial:

¿Las fábricas ayudan o no al medio ambiente?

MARCO TEÓRICO

•Capítulo 1 Baggio: 12. Seguridad e Higiene - Medio Ambiente

El Grupo Baggio ofrece condiciones de trabajo seguras en sus instalaciones de acuerdo a la normativa

vigente tanto para sus Colaboradores como para los empleados de terceros. Todos los Colaboradores

deberán contribuir a la seguridad del lugar de trabajo estando alertas y siendo conscientes y

cumpliendo en forma estricta con las normas, políticas y procedimientos de seguridad e higiene como

así también, notificando rápidamente cualquier situación insegura.

La preservación del medio ambiente y el cumplimiento de la normativa correspondiente es uno de los

principios que guían la actuación de las empresas que conforman el Grupo Baggio para lo cual tiene

definida su política correspondiente. Los Colaboradores deben actuar en todo momento siguiendo los criterios, políticas y procedimientos

establecidos en relación al medio ambiente para contribuir proactiva y eficazmente para el

cumplimiento acabado de la normativa aplicable.

El caso “Baggio” y los obstáculos judiciales detrás de la denuncia contra la empresa de los jugos Cítrica

Las denuncias comenzaron en 2010 y se institucionalizaron en 2015. Es contra una empresa que fabrica jugos. **El conflicto comenzó hace diez años y ya lleva alrededor de cinco de amparos, acusaciones y denuncias** contra la empresa que fabrica los jugos Citric y está acusada de contaminación ambiental en Entre Ríos. **La Unidad de Información Financiera (UIF) se presentó como querellante** en la

causa y pidió que se designe un interventor porque podría tratarse de un caso de lavado de activos para obtener ganancias de manera ilícita. No es la primera vez que el organismo que conduce Carlos Cruz interviene en situaciones similares. Por ejemplo, en noviembre de 2020, fue aceptada como querellante en el **expediente “Baggio”** que investiga la quema de pastizales en la zona del Alto Delta del Río Paraná bajo las mismas hipótesis.

La causa investiga a la empresa **El Carmen S.A.**, que fabrica el **jugo Citric**, por contaminación ambiental de tierras y cursos de agua mediante efluentes volcados por parte de la empresa en el arroyo “Las Alpargatas” de Entre Ríos. Según informaron desde la UIF, **podría tratarse de un caso de lavado de activos a partir de un delito ambiental, del cual se obtendrían ganancias de manera ilícita como resultado de su actividad formal.**

- Capítulo 2 Gonella: Martín Bustamante. Carlos Gonella en Planta Gualeguaychú (Entre Ríos).

El programa Martín Bustamante visita la planta Gonella situada en el parque industrial de Gualeguaychú (Entre Ríos). Entrevista al presidente de la empresa, Carlos Gonella sobre el Lanzamiento de inversión para la producción de torres eólicas.

- Capítulo 3 Hermann: En la metalúrgica Hermann SRL se considera el cuidado al medioambiente como principio fundamental para el desarrollo sustentable de sus actividades. Implementan: Residuos no peligrosos, Biodigestores, Paneles solares, Tratamiento de los afluentes de pintura.

- Capítulo 4 Imperial Cord: Misión: producir cubiertas para bicicletas, ciclomotores, motocicletas y compatibles para satisfacer el consumo nacional, con enfoque hacia la salud y la ecología. Nuevas tecnologías: damos el gran paso y abandonamos las telas de algodón para utilizar nylon producido en nuestra propia planta.

- Capítulo 5 Unilever: hemos sido reconocidos como líderes mundiales en acción climática, políticas de abastecimiento agrícola, gestión de residuos y prácticas de sostenibilidad. Sin embargo, no queremos frenar hay mucho más

trabajo para hacer si queremos lograr un mundo mejor para todos. Ahora una década después de su lanzamiento, el USLP nos ha permitido hacer cosas increíbles. Desde 2010, hemos ayudado a más de 1300 millones de personas a mejorar su salud e higiene. Hemos aumentado la cantidad de materias primas agrícolas obtenidas de forma sostenible del 14% al 62%, y el 88% de nuestros cultivos clave ahora se obtienen de forma sostenible. Hemos mejorado los medios de vida de millones de personas. Nuestras marcas están realizando grandes cambios para ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero derivadas del uso de nuestros productos. Junto con miles de millones de personas que utilizan nuestros productos todos los días, podemos reducir nuestro impacto climático. Alrededor de dos tercios de la huella climática de nuestros productos se produce cuando salen de los estantes y se van a casa con nuestros consumidores. Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de pequeñas acciones cotidianas en el hogar, como calentar agua para una ducha o baño caliente, lavar la ropa, hervir la tetera o usar electricidad o gas para calentar alimentos, todo se suma. Abordar estas emisiones indirectas de nuestros productos "en uso" es un desafío importante, pero uno del que no rehuimos.

Nuestro objetivo es reducir a la mitad las emisiones de GEI por consumo de nuestros productos para 2030. Este objetivo a mediano plazo es un objetivo de intensidad, no un objetivo absoluto, que guía nuestra innovación y nos ayuda a monitorear nuestro desempeño. Establecimos este objetivo por primera vez en 2010, con una fecha de finalización de 2020, pero se hizo cada vez más claro que se necesitan más cambios sistémicos con el tiempo para alcanzar nuestro objetivo. Durante la última década, hemos logrado algunos avances y hemos aprendido mucho sobre las áreas en las que podemos influir y aquellas en las que no. Descubrimos que es un desafío ayudar a la mayoría de los consumidores a cambiar sus comportamientos para adoptar formas de vida más sostenibles, como tomar duchas más cortas o lavar la ropa a temperaturas más bajas. Del mismo modo, no podemos controlar qué proveedor de energía elige la gente en casa, o qué tan eficientes energéticamente son sus **Alimentando hogares con energía renovable**

Hemos aprendido que abordar el impacto climático de nuestros productos significa cambiar el sistema en el que todos operamos. Por lo tanto, abogamos por una descarbonización rápida del sistema energético global para lograr reducciones de carbono más rápidas.

El mayor impacto de GEI del uso de nuestros productos radica en calentar el agua para ducharse y lavarse cuando nuestros productos se utilizan en casa. El progreso profundo y duradero en nuestros objetivos climáticos significa que necesitamos el uso de agua caliente en el hogar, sobre el cual tenemos poco control directo, para ser mucho más sostenible para los consumidores.

Esto significa cambiar todo el sistema energético de los combustibles fósiles a fuentes renovables como la energía eólica, solar e hidráulica, y las tecnologías de biomasa, hidrógeno y geotermia. Si la ducha o el ciclo de lavado de cada consumidor usaran agua caliente alimentada por electricidad renovable en lugar de fuentes de combustibles fósiles, podríamos desvincular el cambio climático de las acciones diarias de los consumidores en el hogar.

Lograr esto es complejo y está más allá de nuestras competencias como una sola empresa. Necesitamos que los gobiernos lideren el camino. Pero estamos trabajando duro para dar forma a políticas progresistas que ayudarán a transformar nuestra sociedad, economía y sistemas energéticos. Abogamos por la descarbonización de las redes de energía a través de campañas globales que incluyen RE100 y Powering Past Coal Alliance .

electrodomésticos. Pero hay algunas áreas en las que podemos marcar la diferencia.

Estamos enfocados en lograr un cambio sistémico a través de nuestras marcas: reformulando productos para reducir las emisiones de GEI en uso, ayudando a los consumidores a reducir su huella de GEI al reducir el desperdicio de alimentos o eligiendo alimentos de origen vegetal y ayudándolos a comprender la huella de GEI de los productos que compran. . También estamos enfocados en acelerar la transición global a la energía renovable que ayudará a reducir las emisiones en los hogares de los consumidores. Nuestras más de 400 marcas son algunas de nuestras palancas más fuertes en nuestra lucha contra el cambio climático: abogan por el cambio e inspiran a las personas a tomar medidas climáticas.

DENUNCIAS:

Greenpeace denuncia la vinculación de la multinacional Unilever con la destrucción de los bosques de Borneo

Acciones simultáneas en Reino Unido, Holanda e Italia exigen a una de las mayores empresas del planeta que no colabore con la extinción de los orangutanes y deje de provocar cambio climático

Comunicado de prensa - abril 21, 2008

Greenpeace denuncia que la multinacional Unilever, propietaria de algunas de las marcas y productos más famosos en el

mercado, como los cosméticos Dove, está contribuyendo a la destrucción de los últimos bosques donde vive el orangután y otras especies amenazadas, provocando el incremento de la emisión de gases de efecto invernadero responsables del cambio climático.

Un bebé de orangután en una reserva de Indonesia. Numerosas especies han visto como los bosques donde habitaban han sido destruidos para la plantación de aceite de palma

A través de acciones directas simultáneas en varios países europeos, Greenpeace acusa a Unilever de comerciar con aceite de palma procedente de empresas que están destruyendo las selvas de Indonesia.

"Unilever, una empresa con marcas tan conocidas como Dove, está siendo cómplice de uno de los mayores crímenes ambientales que se hayan cometido en el planeta" ha declarado Miguel Ángel Soto, responsable la campaña de Bosques de Greenpeace.

En el noroeste de Reino Unido, en la factoría de Unilever de Port Su light, noroeste de Reino Unido, 60 activistas disfrazados de orangutanes han ocupado la empresa y los empleados son saludados con gritos de apareamiento de orangutanes colgados en la fachada. En las oficinas centrales de Unilever en Rotterdam, seis activistas se han descolgado de la fachada principal del edificio y han desplegado una pancarta que reza "Unilever, no destruyas la selva tropical".

Finalmente, en las oficinas de Unilever en Roma, diez orangutanes impiden la entrada de los trabajadores con una gran caja donde se ha escrito "Dove, para de destruir la selva tropical". Los orangutanes ofrecen información a los trabajadores sobre la situación de la expansión de la palma de aceite y las demandas de Greenpeace.

Estas acciones coinciden con el lanzamiento de un nuevo informe que expone evidencias recientes acerca de la vinculación de Unilever con empresas responsables de la destrucción de los bosques de turbera y el hábitat del orangután en Borneo, destrucción destinada a la plantación de palma aceitera.

El informe, titulado "Quemando Borneo" (Burnig up Borneo), acusa a Unilever de contribuir a esta destrucción a través de la compra de aceite de palma procedente de estos suministradores y de no hacer nada para prevenir la masiva expansión de esta industria en el interior de las selvas de Indonesia.

Unilever es una de mayores empresas mundiales que utilizan aceite de palma, y la expansión de esta industria está desbaratando los esfuerzos para combatir el cambio climático. Debido a la deforestación, Indonesia es actualmente el tercer país emisor de gases de efecto invernado (1).

La conversión de turberas en plantaciones de palma aceitera, mediante el drenaje y quema del bosque, provoca la liberación de grandes cantidades de dióxido de carbono. Estas áreas de turberas de Indonesia son responsables del 4% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero (2).

El informe también expone cómo el crecimiento del sector de palma de aceite está teniendo un efecto devastador sobre la biodiversidad. El número de orangutanes está cayendo en picado y la especie está en serio peligro de extinción (3). A través del seguimiento cartográfico de las áreas explotadas por los suministradores de la empresa Unilever, el documento expone cómo estos suministradores están destruyendo los últimos hábitats de los orangutanes. El texto contiene datos y mapas del seguimiento que Greenpeace ha llevado a cabo en los primeros meses del 2008 en la isla de Borneo, Indonesia.

Unilever preside la "Mesa redonda para el aceite de palma sostenible" (Round Table for Sustainable Palm Oil, conocida por las siglas RSPO), un foro empresarial cuyo objetivo es garantizar la producción de aceite de palma de manera sostenible. A pesar de que la RSPO se creó en 2002, todavía no hay ningún certificado de aceite de palma en el mercado, mientras que el ritmo de destrucción por esta causa continúa de manera acelerada. Incluso en el caso de que se

pueda certificar el aceite de palma, este aceite se estará mezclando con aceite no certificado, haciendo imposible que Unilever pueda garantizar que el aceite no procede de la destrucción de los bosques.

"O Unilever empieza a cambiar su política de suministros, o tendremos que ver a los orangutanes extinguirse y, con ellos, nuestros intentos de evitar un desastre climático", ha señalado Soto.

Notas:

Según datos del Centro de protección de orangutanes, al menos 1.500 orangutanes murieron como resultado de los ataques de los trabajadores de las plantaciones (4). Se estima que desde 1900 el número de orangutanes ha disminuido en un 91%, siendo el declive de la especie especialmente importante hacia finales del siglo XX.

Desde 1990, 28 millones de hectáreas de bosques de Indonesia han sido destruidos, la mayoría para plantar palma de aceite. Se prevé que, en comparación con el año 2000, la demanda de aceite de palma se duplicará para el 2030 y el triple para el 2050.

(1) Wetlands International, Peatland degradation fuels climate change, Noviembre 2006

(2) Cooking the Climate, Greenpeace Report, Noviembre 2007

(3) The Last Stand of the Orangutan; State of: Illegal Logging, Fire and Palm Oil in 's National Parks, UNEP, Feb 2007

(4) AFP (2007) 'Activists: Palm oil workers killing endangered Orang-Utans'.

Categorías

- océanos,

- nuclear,
- cambio climático,
- bosques,
- contaminación

Etiquetas

- bosques asiáticos,
- biodiversidad,
- biomasa,
- borneo,
- bosques piba,
- aceite de palma,
- calentamiento global,
- incendios,

- orangután,
- indonesia,

- madera

Siguiente Anterior

campaign

- Bosques Hub

Publicaciones

- Quemando Borneo. 1 Documento
- Quemando Borneo. 2 Documento
- Quemando Borneo. 3 Documento
- Quemando Borneo. 4 Documento

Nuestra investigación es “No experimental Transversal/Transaccional” porque estudiamos sobre el Medio Ambiente una ciencia social, porque la sociedad interviene en el ambiente constantemente. Buscamos información de momentos específicos delimitados por cortes de tiempo.

Análisis de resultados

Primero buscamos nombres de fábricas de Gualeguaychú, y sus correos o teléfonos. Luego de esto les mandamos mensajes solicitándoles hacerles una entrevista para conseguir más información.

Hermann fue la única empresa que nos permitió realizarle una entrevista. En esta entrevista nos dio a entender que cuidaban al medio ambiente, sin que llegáramos a preguntarle del tema; también por la voz del hombre que nos atendió y sus respuestas, se notaba como si estuviese a la defensiva y con las respuestas ya preparadas.

En la llamada nos dijo

Pero en su página dicen que consideran el cuidado del medio ambiente como un principio fundamental. Usan residuos no peligrosos, biodigestores, paneles solares y tratan los afluentes de las pinturas.

En cambio, Unilever, en su página dice que son reconocidos a nivel mundial como líderes en acción climática y prácticas de sostenibilidad. Que su empresa está realizando grandes cambios para ayudar a reducir las emisiones de GEI derivadas de sus productos. A este objetivo de reducir los gases de efecto invernadero lo plantearon en 2010.

Greenpeace denunció a Unilever por la destrucción de los bosques de Borneo. **Están contribuyendo a la destrucción de los últimos bosques donde vive el orangután y otras especies amenazadas, provocando el incremento de la emisión de gases de efecto invernadero responsables del cambio climático.**