

José Barrantes

Físico y secretario del Colegio de Físicos en Cataluña

Reflexiones sobre la importancia del medio ambiente en la empresa



– José Barrantes

Como se puede comprobar en este número monográfico de Física y Sociedad, el desarrollo sostenible no es sólo el resultado de una aproximación teórica, sino más bien el resultado de una profunda reflexión sobre la incidencia del hombre sobre su entorno y sobre la verdadera capacidad de regeneración que tiene la Tierra.

Durante los últimos años se han fijado indicadores medioambientales y se ha seguido su evolución. Existe, en este momento, una experiencia formal sobre la gestión medioambiental en la empresa (en Diciembre de 2002, según datos del Internacional Organization for Standardization, existían 49.462 entidades con certificación ISO 14001 en todo

el planeta; en España la cifra era de 3.228, ocupando el segundo lugar europeo sólo por detrás de Alemania).

El concepto de desarrollo sostenible es una de las bases donde se apuntalan las políticas y estrategias establecidas en el ámbito de la Unión Europea y de Naciones Unidas. En el último informe de la Agencia Europea de Medio Ambiente se señalaba que las soluciones para superar los obstáculos en los avances en materia de protección medioambiental y de sostenibilidad “abarcan la competitividad y la innovación, la cohesión social y territorial, y la protección y mantenimiento de los recursos naturales y ecosistemas valiosos”. No se puede plantear actuaciones de gestión medioambiental sin tener presente la competitividad y sus consecuencias sociales, como tampoco es posible plantear actuaciones empresariales sin tener en cuenta el medio en que se producen. Así, el concepto de gestión medioambiental está presente en las decisiones empresariales, desde el ámbito de la pequeña empresa hasta en las grandes organizaciones, donde se habla de responsabilidad social corporativa (RSC).

Por responsabilidad social corporativa se entiende el compromiso voluntario de las empresas con la sociedad y la preservación del medio ambiente. Bajo el paraguas de la RSC se pretende situar las políticas y actuaciones que se llevan a cabo con objeto de gestionar y mejorar el medio ambiente y la sociedad en su sentido más amplio. Las grandes empresas españolas que tienen como referencia la RSC, comunican sus actuaciones económicas, sociales y medioambientales a través de la memoria de sostenibilidad. En este momento existen más de una veintena de memorias de sostenibilidad publicadas.

Las empresas que han alcanzado la madurez de la RSC han recorrido largo trecho en la gestión medioambiental. Un camino que para otras empresas empieza, principalmente, con la adaptación a los requisitos legales, la búsqueda de la mejora de su imagen, la respuesta a las exigencias del mercado (exigencia del cliente o ventaja competitiva). Los siguientes pasos como la implantación de sistemas de gestión medioambiental, adopción de medidas correctoras, implantación de actuaciones de minimización (residuos, vertidos, emisiones), y formación del personal se encuentran con elementos limitantes.

Los elementos limitantes como la inversión en tecnología o la formación se caracterizan por la dificultad de identificar beneficios tangibles en las actuaciones medioambientales. Sin embargo, en el último informe de la Fundación Entorno, Entorno 2003, las empresas que han implantado un sistema de gestión medioambiental reconocían que se habían beneficiado por la disminución de gastos en la gestión de residuos, vertidos y emisiones, disminución en el consumo de materias primas e incluso se reconocía la existencia de incrementos en las ventas. Como beneficios intangibles en el citado informe se citan la mejora de la imagen, la disminución de los riesgos ambientales, la mejora de las relaciones con la Administración y la mejora en la motivación de los empleados.

Aunque los datos sobre certificaciones indican que el número de empresas certificadas en sistemas de gestión medioambiental es considerablemente inferior al número de empresas certificadas en sistemas de calidad, parece que la tendencia del mercado apunta a la imposibilidad de seguir creciendo fuera del contexto social y ambiental. Se abre así la oportunidad del modelo de negocio sostenible; un negocio que sabe generar valor en términos económicos y sociales disminuyendo la incidencia sobre el medio ambiente.

La tendencia del mercado apunta hacia la necesidad de crecer bajo criterios ambientales y sociales.