

# ELEGIR LA ESTRATEGIA AMBIENTAL MÁS ADECUADA



Por Mario Amador\*

Incorporar la variable ambiental en la administración empresarial es un aspecto que va adquiriendo peso y por lo tanto el ambiente se ha convertido en un factor de competitividad y de productividad, lo anterior en un contexto donde la sociedad es más consciente de la necesidad de proteger el entorno y más exigente con las prácticas que favorecen al mismo.

En los países desarrollados la presión social sobre las prácticas empresariales que afectan el ambiente cada vez es más fuerte, pero en los países en vías de desarrollo, como México, el camino aún es largo, las voces son pocas y además carecen del peso necesario para que las volteen a ver, tanto en los círculos empresariales como en los políticos y sociales; son muchos los problemas en México que uno más, como el ambiental, no pinta mucho. El anterior es uno de los tantos argumentos que llevan la bandera de “el ambiente lo podemos posponer para la próxima generación, nosotros ahora tenemos muchos problemas apremiantes”.

Las empresas de los mercados de países desarrollados han avanzado en la implantación de prácticas ambientales que buscan encausar su actividad económica sobre pasos sustentables en términos ambientales. México no es ajeno a esta situación, y prueba de ello es el proceso continuo de responsabilidad social que ha venido trabajando. Sin embargo, los avances son pocos en el tema ambiental porque la conciencia social no está tan desarrollada alrededor de los temas de responsabilidad ambiental, lo que implica menor presión por parte de la sociedad sobre las empresas, desafortunadamente los empresarios siguen pensando que medio ambiente son “arbolitos” y que nada tiene que ver con su organización; o que contaminación solo la hacen las grandes empresas de manufactura pero que como son pequeña empresa de comercio, no se tiene ningún impacto.

Existen tres motivos principales para encausar las presiones sociales relacionadas con la responsabilidad ambiental empresarial: ventajas competitivas, legitimación social y la propia responsabilidad social de la empresa.

## Ventaja competitiva ambiental

Las ventajas competitivas de una organización representan la capacidad que tiene de realizar sus operaciones cotidianas de manera lo más eficientemente posible, permitiéndole obtener menores costos. Estas ventajas están relacionadas con una particular forma de realizar los procesos de la organización, lo que le permite crear mayor valor para sus grupos de interés. Se puede entender que la generación de valor es el precio que está dispuesto a pagar el cliente.

El objetivo es que la organización que logre una reducción de los costos en sus procesos por una producción eficiente, aproveche

mejor los recursos ambientales involucrados en su proceso productivo y los desechos que se producen por el mismo, o se agregue valor al producto y lo posicione en la mente del mercado basado en la conciencia social y ambiental de los consumidores.

Desde el punto de vista de los costos, los ahorros pueden originarse por la reducción, reuso y reciclaje de componentes en el proceso de producción, la sustitución de materias primas, entre otros. Los ingresos se verán mejorados gracias a la opción de penetrar en mercados con altas exigencias desde el punto de vista ambiental o el posicionamiento de los productos con menor impacto ambiental en algunos nichos de mercado.

Es posible que las organizaciones realicen inversiones y que el incremento de precios sea tan alto que no resulte factible que los clientes paguen ese valor agregado a los productos. En este caso la estrategia ambiental no será redituable debido a un mal diseño de la misma y no se habrán desarrollado ventajas competitivas basadas en la protección del ambiente. Una de las políticas más conocidas en relación con la responsabilidad ambiental empresarial es la adoptada por las organizaciones con mayor conciencia social: la producción con cero emisiones o cero residuos. ●



\*M.B.A. Mario Amador consultor ambiental de la empresa Oficina Verde