
(OR-07) ÉTICA EMPRESARIAL: LA ÉTICA ECOLÓGICA Y LOS SISTEMAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Ángeles Gallego Águeda
Universidad de Sevilla

RESUMEN

Los problemas medioambientales que sufrimos en la actualidad, están cuestionándonos sobre la responsabilidad que, desde una perspectiva ética, tienen las empresas que contaminan. Empresas contaminadoras, pero concienciadas con el problema, Administraciones Públicas cada vez más comprometidas y normativas en la materia, consumidores reacios a todo aquello que suponga un daño a la Naturaleza, futuros directivos interesados en formarse al respecto; todos ellos conforman un grupo de actores que esperan una respuesta. En este trabajo, resaltamos la importancia del papel de los docentes e investigadores en el desarrollo de dicha respuesta a través de los Sistemas de Gestión Medioambiental.

PALABRAS CLAVE: ética, ecología, gestión medioambiental, contaminación

ABSTRACT

The environmental problems we have today are asking for solutions under the view of the business ethic. Companies that contaminated, Public Administrations legislated in this sense, costumers in opposition to the destruction of the environment, future managers that want learned in that; all of them form a group of actors that are waiting for an answer. In this paper we suggest the property of that answer in the Environmental Management System.

KEYWORDS: ethic, ecology, environmental management, contamination

1.- ÉTICA DE LOS NEGOCIOS

En lo que se refiere a su comportamiento, no todo es aceptable en el interior de la empresa, aún cuando pueda ser conveniente para el interés de la misma. Por ello, las empresas han tomado en consideración la relevancia de los comportamientos éticos en la vida de los negocios, máxime cuando muchas de ellas han visto, precisamente en la ética, una nueva forma de maximizar sus beneficios, una "oportunidad" empresarial no suficientemente tenida en cuenta hasta ahora (Fernández Fernández, 1.994; Gómez Pérez, 1.999; López y Daniluk, 1.996; Rodrigo, 1.989; Argandoña, 1.994; Gélinier, 1.991).

En los años 90 la ética de los negocios trata de participar con el empresario en el diseño de nuevas estructuras organizacionales, sistemas de incentivos y procesos de toma de decisión que sean más beneficiosos para la totalidad de los accionistas, empleados, clientes y sociedad, teniendo en cuenta tanto los intereses de la sociedad como los de la empresa.

Además de por su incidencia en la cultura organizativa (Fernández Fernández, 1.994; Hosmer, 1.995; Ryan y Scott, 1.995), la ética se relaciona con lo práctico directamente, es decir, resulta beneficioso para una empresa proceder éticamente (López y Delgado, 1.996). Por ello, hoy día se constata que las estrategias, las políticas y los planes de acción de muchas empresas empiezan a elaborarse contando entre sus elementos con el referente ético; ya que las empresas han llegado a la conclusión de que la ética es rentable (Illanes, 1.994; Rubio, 1.999; López y Daniluk, 1.996; Rodrigo, 1.989; Jones, 1.995). Así, existen casos de corporaciones conocidas tanto por su compromiso con los asuntos éticos, como por su elevada rentabilidad. Entre ellos, podemos señalar: Johnson & Johnson, IBM, Prudential Insurance, Control Data, Aetna, Hewlett-Packar, etc. (Chávarri, 1.991).

2.- ÉTICA EMPRESARIAL Y ECOLOGÍA

Encontrada en la ética de los negocios, es donde encontramos la, cada vez más actual, ética ecológica. El hombre, como ser racional y ético, tiene la obligación de asegurar la supervivencia de la vida en general, y de la vida humana en particular en las mejores condiciones posibles, es decir, reduciendo al mínimo las mutaciones negativas y potenciando la evolución positiva. No sólo no parece que esté cumpliendo con este principio, sino que cada vez hay más sospechas de que actúa en sentido exactamente contrario (Gorosquieta, 1.999).

El final de nuestro siglo nos ha traído, entre otras cosas, la conciencia de las posibilidades de autodestrucción del progreso técnico (la amenaza a la capa de ozono, la destrucción de la Amazonia y el bosque húmedo tropical, la lluvia ácida, la desertización, la contaminación de las empresas, etc.) (Ortiz, 1.995; García Gómez-Heras, 1.997; Etxeberria, 1.995; Sosa, 1.994; Aragón, 1.996). En este sentido, cabría decir que nuestro siglo ha sido el más antiecológico de toda la historia de la humanidad. (Gorosquieta, 1.999; Etxeberria, 1.995; Martínez Alier, 1.995; Ovejero, 1.994).

Es por todo esto por lo que la sociedad actual ha acabado interesándose por la ecología (Gorosquieta, 1.999). Durante, aproximadamente, un siglo, la ecología ha sido reservada a un pequeño número de especialistas. En cuestiones económicas, hasta hace muy pocos años, cualquier preocupación por los temas ecológicos que no tuvieran un carácter estrictamente científico, era considerada peligrosa (Hayek, 1.990; Termes, 1.987; Hart, 1.995). La ecología se enfrentaba así de modo terminante con la economía liberal de mercado.

El problema surge cuando se aprecia que la "mano invisible" no ha funcionado para enderezar los deterioros ambientales (y sociales) ocasionados. Es más, la destrucción de ecosistemas y la desaparición de especies (y de culturas) toman irreversibles muchos de estos deterioros (Argandoña *et al.*, 1.997; Donnarumma, 1.997; Jennings y Zandbergen, 1.995).

Debido a esta evolución en el pensamiento, hoy las cosas son muy distintas. Nada menos que los teóricos de la economía de mercado, los enemigos declarados de los ecologistas hace aún muy pocos años, están pasando a convertirse, felizmente, en sus grandes aliados, tras darse cuenta de que los factores ecológicos y bioéticos son de una extraña importancia económica, a pesar de que las teorías clásicas no los tuvieran en cuenta (Illanes, 1.994; Rubio, 1.994). Hoy el auténtico pensamiento progresista y de vanguardia ya no está tan centrado como antes en las cuestiones sociales sino en las ecológicas, y se reclama un desarrollo autosostenido (Purser, Park y Montuori, 1.995; Jennings y Zandbergen, 1.995; Hart, 1.995; King, 1.995; Shrivastava, 1.995; Starik y Rands, 1.995; Gladwin, Kennelly y Krause, 1.995; Sosa, 1.994; Ricciardi, 1.995). Si la ética de los años cincuenta y sesenta fue fundamentalmente "social", la de los años ochenta y noventa está siendo "ecológica" (Gorosquieta, 1.999; Sosa, 1.994; Aragón, 1.996; Martínez Alier, 1.995). Desde esta perspectiva, también las cuestiones económicas, políticas, sociales, militares, educacionales, urbanísticas, agrícolas, etc., entran en el campo de consideración ecológica (Gorosquieta, 1.999; Aragón, 1.996; Martínez Alier, 1.995; Starik y Rands, 1.995).

A pesar de ello, no debemos cerrar los ojos al hecho de que las preocupaciones medioambientales, se dan de bruces con el actual recrudecimiento de una "competitividad" cada vez más dura, que obliga a las empresas a preocuparse por rebajar costes, conseguir clientes y obtener beneficios "caiga quien caiga"; aunque haya que primar para ello el corto sobre el largo plazo y lo parcial sobre lo global (Argandoña *et al.*, 1.997).

Esta situación coloca al empresario en un aparente callejón sin salida pues, por una parte, se le exige que asuma su responsabilidad a la hora de restablecer el equilibrio ecológico; y, por otra parte, se encuentra con que hacer que una organización sea más ecológica supone incurrir en unos costes que disminuyen, en principio, su competitividad en el mercado.

En este sentido, dos de los objetivos básicos de la ética empresarial son, en primer lugar, mostrar que incorporar la preocupación medioambiental supone asumir unos costes que pueden ser rentables a corto y medio plazo, del mismo modo que para aumentar la calidad es necesario incidir en otros costes distintos. Y, en segundo lugar, resaltar que una empresa "verde" será más limpia y más

segura, y así estará mejor situada en el mercado competitivo de cara al futuro. Existen tres causas por las que una empresa tiene que actuar, hoy día, ecológicamente (Ferrete y González, 1.996):

1.- Por imperativo legal. Porque, a medio y largo plazo, es más barato producir limpio que limpiar; es decir, cumplir la legislación vigente que resarcir el daño producido (López y Daniluk, 1.996). Podemos citar como caso paradigmático el del Exxon Valdez, aquel petrolero que encalló en las costas de Alaska en marzo de 1.989, y cuya compañía ha tenido que pagar miles de millones de dólares años después (Ortiz, 1.995).

2.- Por imperativo social. En los últimos años, los ciudadanos del mundo occidental han pasado a considerar los problemas medioambientales realmente alarmantes, sin embargo, el mundo empresarial no está en concordancia con esta sensibilización. Pero olvidar que los consumidores demandan de forma creciente bienes y servicios respetuosos con el medio ambiente es cerrar su permanencia en el mercado en un plazo no muy lejano (López y Daniluk, 1.996; Rodrigo, 1.989).

3.- Por imperativo económico. Precisamente por el hecho de que los ciudadanos (clientes y consumidores) exigen respeto medioambiental en sus productos de consumo, se puede afirmar que sólo aquellas organizaciones que sean capaces de cumplir sus exigencias con mayor eficacia serán competitivas en un mercado cada vez más caracterizado por la demanda de calidad (López y Daniluk, 1.996; Rodrigo, 1.989). Muchos ejemplos prácticos (Body Shop, Mcdonald's, Ecover, Dupont, ICI, BASF, Cuenta Corriente Adena del Banco Santander, o partidas económicas de Nissan o IBM, etc.) muestran que ser líder en este terreno reporta beneficios sustanciales no sólo en la cuenta de resultados económicos, sino especialmente en el balance social.

Las cifras sobre los hábitos de consumo también avalan estas prácticas. Así, a nivel mundial se ha producido un importante incremento del denominado "mercado verde"; dicho mercado suponía a finales de los ochenta un volumen de ventas de 200 millones de dólares americanos, del que el 85% correspondía a países de la OCDE, y algo más de la cuarta parte (54.000 millones) a la Unión Europea. Las estimaciones realizadas en 1.985 indicaban que el mercado de productos ecológicos representaba apenas el 0,5% del mercado mundial, y en 1.990 se pasó al 9,2%, es decir, el consumo se ha multiplicado por 20 en 5 años, y las perspectivas son de un crecimiento constante (López y Daniluk, 1.996).

Las recientes investigaciones sobre el comportamiento del consumidor, detectan una tendencia hacia una mayor concienciación medioambiental y una adaptación en los hábitos de compra de los consumidores. Estudios de mercado citados por Hopfenbeck, W. (1.993), indican que el núcleo de personas preocupadas por el medio ambiente en Alemania había aumentado hasta llegar a un 32%, y los describía como personas bastante jóvenes, con un alto poder adquisitivo y buenas calificaciones (López y Daniluk, 1.996).

3.- LA CONCIENCIACIÓN DE LAS EMPRESAS

Hemos hablado del dilema coste-ecología que supone para el empresario establecer prácticas respetuosas con el medio ambiente. Pero, a pesar de ello, es un hecho que esta concienciación ante los problemas medioambientales está calando en el mundo empresarial.

En lo que se refiere a los empresarios, podemos observar (Tabla 1) que la concienciación ecológica cada vez es mayor. En 1.992¹, un 79,3% consideraba que la empresa tiene una responsabilidad social y un 68% tenía, entre los valores más importantes de su cultura empresarial, los aspectos ecológicos (García-Echevarría, 1.992).

Además de empezar a cuajar el convencimiento del compromiso con la ética ecológica, los empresarios son conscientes de que de nada sirve que una compañía asegure seguir una política empresarial ética si nadie - empezando por los inversores - se lo cree, y si la compañía en cuestión no puede garantizar que los niveles éticos establecidos se cumplan en toda la empresa.

¹ Valores obtenidos en una encuesta de respuestas múltiples entre 241 empresarios

Para conseguir que cale la filosofía ética, las empresas están buscando cada vez más la ayuda de las mayores firmas de auditoría del mundo: Pricewaterhouse, Coopers, Ernst & Young, Deloitte & Touche, Arthur Andersen y KPMG. Su labor en este campo es desarrollar y mantener estrategias de riesgo éticas, formar a los empleados responsables de su funcionamiento y verificar que la compañía se está tomando en serio el tema. Se estima que este mercado puede alcanzar un valor de 1.000 millones de dólares dentro de cinco años (Kelly, 1.999).

Tabla 1

VALORES DE LA CULTURA EMPRESARIAL	
1.- Fomento de la autoresponsabilidad del colaborador	96,7%
2.- Trabajo en equipo	93,4%
3.- Mayor participación del colaborador en los procesos de decisión	92,5%
4.- Más información sobre los procesos	91,7%
5.- Autorrealización en el puesto de trabajo	89,2%
6.- Área de libertad en la configuración de los contenidos del trabajo	86,3%
7.- Humanización de la vida en el trabajo	84,2%
8.- Consideración de las responsabilidades sociales de la empresa	79,3%
9.- Organización del trabajo	78,4%
10.- Consideración de las cuestiones ecológicas	68,0%
11.- Flexibilidad en los tiempos de trabajo	53,5%
12.- Participación del colaborador en los resultados de la empresa	48,1%

FUENTE: García-Echevarría, S. (1.992). Madrid, pg. 26

Las auditoras, por su parte, dicen que cuentan con profesionales para esta labor, como especialistas en medio ambiente o en ética empresarial, y que están dedicando cada vez más recursos a las determinaciones no financieras de la actuación empresarial - los activos intangibles -, como la lealtad de la plantilla, las buenas políticas de empleo y la participación activa y generosa en la comunidad (Kelly, 1.999).

Existen ya una serie de iniciativas para fijar unos estándares comunes en este nuevo campo. Empezando por la comunicación de información sobre la llamada "triple línea de base" de actuación - económica, medioambiental y social - que se puede convertir en un requisito legal (Kelly, 1.999).

4.- EL COMPROMISO DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Existen los llamados derechos de "tercera generación" (Ortiz, 1.995), que aún no han sido recogidos en la Declaración Universal. Entre ellos, se encuentra el derecho que toda persona tiene de nacer y vivir en un ambiente sano y no contaminado de polución y de ruido. Pero podemos decir que es un derecho implícitamente admitido en aquella Declaración, ya que son condición de posibilidad de respeto a todos los demás, porque mal puede respetarse la vida, la salud y las demás exigencias mencionadas desde un medio ambiente degradado y contaminado (Gorosquieta, 1.999).

La Comunidad Económica Europea ha dado varios pasos normativos en este sentido:

- Primer Programa de acción, elaborado en 1.973 que enumeró los principios fundamentales para la política comunitaria de medio ambiente.

- Reglamento 880/92 que instaura para todo el territorio comunitario la eco-etiqueta. De esta forma, aquellos productos que demuestren no ser perjudiciales para el medio ambiente podrán lucir un logotipo que representa uno de los valores más en alza. Para la concesión de la eco-etiqueta, se evalúan el ciclo de vida del producto y el efecto general sobre el medio ambiente (Ortiz, 1.995).

- Dentro de los sistemas de gestión desarrollados internacionalmente se encuentran las Normas ISO 14.000 y el Reglamento Comunitario Nº 1836/93 de validez en la Unión Europea. Como consecuencia de la Cumbre de Río de Janeiro de 1.992, ISO comenzó a trabajar en una nueva serie, las ISO 14.000 de manejo ambiental, basadas en el mismo enfoque.

- A estos sistemas, para el caso específico español, se debe agregar la norma UNE 77/801 de vigencia nacional. Esta multiplicidad de sistemas ha llevado a la confusión, no sólo de los consumidores, sino también de los industriales, por lo que hubiese sido conveniente la armonización de los dos sistemas (López y Daniluk, 1.996; Rodrigo, 1.989).

- La Directiva 96/61, relativa a la prevención y al control integrados de la contaminación, más conocida por su acrónimo inglés, IPPC, fue publicada en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas el 10 de Octubre de 1.996. La entrada en vigor de dicha Directiva se produjo el 31 del mismo mes, si bien los Estados han tenido de plazo hasta 1.999 para aprobar las disposiciones necesarias para su cumplimiento (Andalucía Económica, 1.998).

La importancia de esta Directiva radica en las obligaciones que, en materia medioambiental, deben cumplir las empresas, como por la oportunidad que supone para las administraciones Públicas coordinen sus actuaciones en la materia, especialmente en todo lo referente a permisos, licencias y autorizaciones.

5.- EL PAPEL DE LA ENSEÑANZA

Como no podía ser de otra manera, también los centros académicos donde se forman los empresarios del mañana han caído en la cuenta de la necesidad de transmitir a los estudiantes cierta sensibilidad hacia estos temas de ética empresarial, en general, y ética ecológica, en concreto, que les faculte para poder tomar decisiones correctas cuando, en un futuro, dirijan las unidades productivas (Fernández Fernández, 1.994).

Y estos estudiantes no viven en el vacío, sino que reflejan con precisión determinadas características de su entorno social (Segura, 1.996). En este sentido, los educadores preocupados por la ética de los negocios parece que están sometiendo a revisión el programa general de estudios empresariales; cuestionándose la repercusión duradera de la educación empresarial en las actitudes éticas y el comportamiento de los futuros gerentes, ya que aumentan las pruebas de investigación que apoyan la función de la instrucción formal en el desarrollo moral de adultos y jóvenes (Martín, 1.997).

Un libro de principios de los años 90 ha intentado superar el debate puramente teórico para dar una respuesta práctica a la cuestión. En él se describen con detalle los desafíos, limitaciones y logros de un programa concebido y puesto en marcha a partir de 1.988 en la Harvard Business School, una de las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo, bajo el título "Liderazgo, ética y responsabilidad empresarial" (LECR). LECR es un intento ambicioso, no sólo de incluir cuestiones éticas, sino de introducir la preocupación ética en el centro mismo del curriculum (Segura, 1.996).

Sin embargo, apenas hay cursos o estudios de casa sobre temas sociales o medioambientales en los programas de estudio. Según los resultados de un estudio reciente realizado por el Instituto Mundial de Recursos (IMR) de Washington y el Instituto Aspen, dedicado a actividades educativas, sólo el 20% de las escuelas de negocios estadounidenses se esfuerzan en cubrir las necesidades de la empresa en temas sociales y medioambientales. Según el IMR, entre las escuelas de negocios estadounidenses que ofrecen una cobertura significativa de temas sociales están la Universidad Case Western Reserve, La Universidad de Notre Dame, la Universidad Loyola Marymount y la Universidad de Pittsburgh, así como escuelas de negocios como Harvard, Wharton, Stanford, Kellogg y Michigan. Los enfoques de la enseñanza de la ética comercial varían según la escuela (Actualidad Económica, 1.999).

Y la escasez de temas éticos no es debido a una falta de interés por parte de los estudiantes. Dos terceras partes de las escuelas de negocios encuestadas por IMR tienen asociaciones de estudiantes cuyo trabajo se centra en los aspectos sociales y medioambientales de los negocios. Sin embargo, la prioridad de estos estudiantes es recibir cursos en materias como finanzas o tecnología, porque piensan que son los que podrán utilizar plenamente en sus trabajos, según Joseph Badaracco, profesor de ética comercial en la Harvard Business School. También hay pocas pruebas de que a las

compañías les interesa que los estudiantes tengan conocimientos de ética a la hora de contratarlos (Actualidad Económica, 1.999).

No obstante, hay signos de optimismo: en los centros donde se enseña ética, a los estudiantes les interesa mucho y la materia está considerada como algo que aporta importantes beneficios a la gestión y administración de empresas. Además, el sector privado está asumiendo cada vez más responsabilidades sobre temas sociales y de seguridad (Actualidad Económica, 1.999). Si se pregunta al responsable de personal de cualquier gran empresa por sus expectativas sobre los empleados recién salidos de la Universidad que mejor pueden encajar en su organización, llama la atención que los conocimientos técnicos brillen por su ausencia (Trillas, 1.999).

A la Universidad le corresponde recoger el guante. Ante los problemas medioambientales hemos visto que tenemos: unos consumidores que reclaman respeto por la naturaleza; unas empresas concienciadas con esta cuestión, y cuyo único dilema estriba en el coste que les puede suponer; unas Administraciones Públicas cada vez más restrictivas y normativas en esta materia; y unos estudiantes preocupados por cuestiones éticas y ecológicas, que serán los dirigentes del futuro. Lo que demanda esta situación no son cuestiones morales, sino soluciones reales y prácticas que, teniendo en cuenta el objetivo de beneficio de las empresas y su competitividad, les permita actuar de una forma respetuosa con el medio ambiente. Y una oportunidad nos la brinda el desarrollo y enseñanza de una nueva forma de gestionar empresas que está viendo la luz bajo la denominación de Sistemas de Gestión Medioambiental.

6.- LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Podemos decir que un Sistema de Gestión Medioambiental da las pautas medioambientales específicas y determinadas que la compañía debe seguir en aras de mejorar su situación medioambiental.

Si nos atenemos a las definiciones oficiales, el Reglamento 1836/93 define como Sistema de Gestión Medioambiental: "aquella parte del sistema general de gestión que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política medioambiental".

En cuanto a los elementos básicos del Sistema de Gestión Medioambiental, los podemos dividir en siete apartados (Andalucía Económica, 1.998):

1.- Política, principio y elementos: Una vez conocida la situación medioambiental de la compañía, el primer ámbito que conviene definir en un Sistema de Gestión Medioambiental es la política, los principios y los elementos que van a enmarcar y desarrollar. La política deberá desarrollarse de manera escrita (Declaración de Política Medioambiental) y a nivel general para, posteriormente, ir avanzando en los aspectos más puntuales de las actividades de la compañía.

2.- Programa medioambiental: El programa medioambiental supone el eje central de desarrollo de la política medioambiental de la empresa. En él deben quedar evaluadas y definidas todas las actuaciones medioambientales, así como los puntos donde la compañía debe poner especial énfasis en su gestión medioambiental.

3.- Integración en la gestión de la empresa: La integración en la gestión de la empresa es un eslabón de suma importancia para un óptimo desarrollo de todo el Sistema de Gestión Medioambiental. De ello depende que el conjunto de la empresa lo tenga en cuenta como herramienta de gestión o como "otra de las ocurrencias de la Dirección".

4.- Seguimiento y evaluación: El seguimiento y evaluación del Sistema de Gestión Medioambiental deben ser planificados desde el momento en que se inicia todo el proceso para su implantación. En función del resultado de las primeras labores de seguimiento, habrá que adoptar nuevas medidas o cambiar algunas de las que inicialmente se habían previsto. Si algún elemento

define la implantación de un Sistema de Gestión Medioambiental es la flexibilidad, la apertura de posibles alternativas para llevarlo hasta su implantación en el conjunto de la empresa.

5.- Formación interna y externa: Un requisito básico para el buen desarrollo de un Sistema de Gestión Medioambiental es la adecuada formación del personal de la compañía. Sin formación es muy difícil obtener la óptima realización del trabajo.

6.- Información interna y externa: Otro elemento básico de un Sistema de Gestión Medioambiental es la Información, tanto de ámbito interno como de carácter público. La información viene a plasmar de manera efectiva los resultados obtenidos con la implantación del Sistema de Gestión Medioambiental. La información interna tendrá un ámbito limitado a la compañía, pero dentro de ella debe abarcar todos los niveles del organigrama empresarial. Por su parte, la información externa debe consistir en dar información pública sobre aquellos aspectos medioambientales más destacables en la gestión llevada a cabo por la empresa.

7.- Revisión y mejora: La revisión y la mejora del Sistema de Gestión Medioambiental son, por último, dos de los episodios que vienen a establecer la continuación en el desarrollo del Sistema de Gestión Medioambiental, una vez éste ya ha sido implantado.

Problemas en la implantación del Sistema de Gestión Medioambiental

La principales complicaciones para implantar un Sistema de Gestión Medioambiental suelen ser de dos tipos (Andalucía Económica, 1.998): de carácter económico y de recursos humanos. Hay que añadir además otro tipo de complicaciones menores, como son básicamente los de encaje con el conjunto organizativo de la compañía.

Los recursos humanos, la cultura interna, suele ser el principal escollo a salvar para poder aplicar eficazmente un Sistema de Gestión Medioambiental. El por qué de su origen debemos buscarlo en la innovación, en los cambios que, a nivel organizativo, siempre lleva implícito un Sistema de Gestión Medioambiental. Otro punto que suele ser objeto de discusión por parte de algunas compañías es la necesidad de tener un responsable de medio ambiente. El segundo tipo de problemas a que suele hacer frente un Sistema de Gestión Medioambiental son los económicos, pues algunas inversiones requieren elevadas sumas de dinero que pueden suponer una dificultad para las disponibilidades económicas coyunturales de la empresa. (López y Daniluk, 1.996).

Ventajas del Sistema de Gestión Medioambiental

Podemos decir que hay seis líneas de argumentación acerca de las ventajas que supone un Sistema de Gestión Medioambiental; todas ellas con una marcada rentabilidad económica, y son las siguientes (Andalucía Económica, 1.998):

1.- Ventajas en los procedimientos. Como ventajas de carácter financiero tenemos la mejora en la optimización de procesos productivos (Aragón, 1.996; López y Daniluk, 1.996; Hart, 1.995).

2.- Ventajas legales y de responsabilidad. Estas ventajas hemos de enfocarlas desde la perspectiva de la reducción de riesgos de daño al medio ambiente y, con ello, la implícita reducción de riesgos de demandas por responsabilidades derivadas de este tipo de daños (Aragón, 1.996; López y Daniluk, 1.99).

3.- Ventajas internas en la motivación. Por lo que respecta a este apartado, nos estamos refiriendo a la motivación del personal de la compañía implicada directa o indirectamente en la gestión medioambiental. Este punto podría parecer paradójico respecto a las líneas anteriores y, sin embargo, se complementa perfectamente con las reticencias que hemos señalado. Es necesario implicar a todo el personal para que nadie quede al margen del desarrollo del Sistema, para que el conjunto de los recursos humanos tenga la motivación de contribuir a su implantación (López y Daniluk, 1.996).

4.- Ventajas de estrategia competitiva. Estas ventajas son de diversa índole. Por un lado, suponen la identificación de potenciales costes y ahorros; mientras que, por el otro, implican poder entrar en un segmento del mercado cada vez más atento al factor medioambiental a la hora de realizar sus actividades, de adquirir sus servicios o de comprar sus productos manufacturados (Aragón, 1.996; López y Daniluk, 1.996; Hart, 1.995; Shrivastava, 1.995).

5.- Ventajas de comunicación externa de la empresa. Directamente relacionado con lo anterior, un Sistema de Gestión Medioambiental implica una mejora de la comunicación externa de la empresa, que añade los parámetros de calidad ambiental a los que ya pudieran tener adquiridos anteriormente (Aragón, 1.996; López y Daniluk, 1.996). La información medioambiental ofrecida por la empresa suele crear una imagen de empresa comprometida en la materia, además de interesar cada vez más a accionistas y mercados de valores.

6.- Ventajas en la relación con las autoridades. Las Administraciones Públicas observan de muy buen grado los avances que la empresa pueda realizar durante el desarrollo del Sistema. El corolario a este feed-back positivo entre la empresa y la administración son las diversas ayudas y subvenciones existentes para inversiones medioambientales.

BIBLIOGRAFÍA

ACTUALIDAD ECONÓMICA: "La ética empresarial no se aprende en un MBA". Nº 2.159. 8-14 de Noviembre de 1.999. Pg. 20.

ANDALUCÍA ECONÓMICA: Medio Ambiente y Empresa. La gestión medioambiental en la empresa andaluza. Especial del número 91. 1.998.

ARAGÓN CORREA, JUAN ALBERTO: "La integración del medio ambiente en las teorías sobre la empresa: Un enfoque estratégico desde una perspectiva "cross-paradigmática". Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vol 5, Nº 3, 1.996, pg. 93-108.

ARGANDOÑA RÁMIZ, ANTONIO: "La Ética en la Empresa". Instituto de Estudios Económicos. Madrid, 1.994.

ARGANDOÑA RÁMIZ, ANTONIO; CORTINA ORTS, ADELA; VAN PARIJS, PHILIPPE; GARCÍA-ECHEVARRÍA, SANTIAGO; Y OTROS: "Ética y empresa: una visión multidisciplinar". Fundación Argentaria-Visor. Madrid, 1.997.

CHÁVARRI DICENTA, FERNANDO: Filosofía y ética empresarial (Reflexiones de un directivo). Escuela Europea de Negocios. Madrid, 1.991.

CORTINA ORTS, ADELA; DOMINGO MARATALLA, AGUSTÍN; LOZANO AGUILAR, AGUSTÍN; Y OTROS: "Rentabilidad de la ética para la empresa": Fundación Argentaria-Visor. Madrid, 1.997.

DONNARUMMA, ANNA MARIA: "El debate actual sobre la búsqueda de una nueva racionalidad ética". I Foro Internacional de Ética celebrado en Valladolid: Desafíos a la Ética. Ciencia, Tecnología y Sociedad. Ed. Norcea. Madrid, 1.997. Pg. 15-23.

ETXEBERRÍA, XABIER: "La ética ante la crisis de la ecología". Cuadernos de Teología de Deusto. Nº 4. Facultad de Teología. Universidad de Deusto. Bilbao, 1.995.

FERRETE SARRIA, CARMEN Y GONZÁLEZ ESTEBAN, ELSA: "El reto de la ética empresarial: responsabilidad social y ecológica". II Jornadas de Ética Empresarial celebradas en la Universidad Jaume I: La ética como instrumento de gestión empresarial. 1.996. Pg., 65-71.

GARCÍA-ECHEVARRÍA, S.: "La ética en el management europeo: Nuevas orientaciones en el contexto cultural europeo". Conferencias y trabajos de investigación del Instituto de Dirección y Organización de Empresas (IDOE), nº extraordinario del 1º trimestre. Alcalá de Henares, 1.992.

GARCÍA GÓMEZ-HERAS, JOSÉ MARÍA: "Dignidad de la Naturaleza y ética medioambiental". I Foro Internacional de Ética, celebrado en Valladolid: Desafíos a la Ética. Ciencia, Tecnología y Sociedad. Ed. Norcea. Madrid, 1.997. Pg. 157-165.

GÉLINIER, OCTAVE: "Ética de los negocios: ¡Basta de ir a la deriva!". ESPASA-CALPE. Madrid, 1.991.

GLADWIN, THOMAS N.; KENNELLY, JAMES J.; KRAUSE TARA-SHELOMITH: "Shifting paradigms for sustainable development: implications for management theory and research". The Academy of Management Review. Vol 20, Nº 4, Octubre 1.995. Pg. 874-907.

GÓMEZ PÉREZ, RAFAEL: "Ética empresarial: teoría y casos". Ed. Rialp. Madrid, 1.999.

GOROSQUIETA, JAVIER: "Ética de la empresa. Teoría y casos prácticos". Ediciones Mensajero. Barcelona, 1.999.

- HART, STUART L.: "A natural-resource-based view of the firm". *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 4, Octubre 1.995. Pg. 986-1.014.
- HAYEK, F.A. (Premio Nobel de Economía, 1.974): "La fatal arrogancia. Los errores del socialismo". Unión Editorial. Madrid, 1.990.
- HOPFENBENK, W.: "Dirección y Marketing Ecológicos. Conceptos, instrumentos y ejemplos prácticos". Deusto, 1.993.
- HOSMER, LARUE TONE: "Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics" *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 2, 1.995. Pg. 379-403
- ILLANES, JOSÉ LUIS: "El Mercado, Ética y Eficiencia". II Coloquio sobre Ética Empresarial y Economía. Ediciones Universidad de Navarra. Navarra, 1.994. Pg. 29-47.
- JENNINGS, P. DEVEREAUX Y ZANDBERGEN, PAUL A.: "Ecologically sustainable organizations: an institutional approach". *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 4, Octubre 1.995. Pg. 1.015-1.052.
- JESÚS HERNÁNDEZ, ANA: "Análisis de las relaciones humanidad-biosfera: aportaciones desde la ecología para una nueva ética". I Foro Internacional de Ética, celebrado en Valladolid: Desafíos de la Ética. Ciencia, Tecnología y Sociedad. Ed. Norcea. Madrid, 1.997. Pg. 137-155.
- JONES, THOMAS M.: "Instrumental stake holder theory: A synthesis of ethics and economics". *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 2, 1.995. Pg. 404-437.
- KELLY, JIM: "¿Quién mide la ética de un auditor?". *Actualidad Económica*. N° 2.156. 18-24 de Octubre de 1.999, pg. 26.
- KING, ANDREW: "Avoiding ecological surprise: lessons from long-standing communities". *The Academy of Management review*. Vol 20, N° 4, Octubre 1.995. Pg. 961-985.
- LÓPEZ GIL, MARTA Y DELGADO LILIANA: "De camino hacia una ética empresarial". Ed. Biblos. Buenos Aires, 1.996.
- LÓPEZ QUERO, M. Y DANILUK MOSQUERA, G.: "La ecocertificación como valor económico añadido del mercado (VEA)". Libro de Actas del Congreso Nacional de AEDEM celebrado en Lleida en 1.996. Pg. 385-392.
- MARTÍN JIMÉNEZ, FRANCISCA DE ASÍS: "La ética en los negocios". Tesis doctoral dirigida por Dr. D. Emilio P. Díez de Castro. 1.997.
- MARTÍNEZ ALIER, JOAN: "Los Principios de la Economía Ecológica". Fundación Argentaria-Visor. Madrid, 1.995.
- ORTIZ IBARZ, JOSÉ MARÍA: "La hora de la ética empresarial". McGraw Hill. Madrid, 1.995.
- OVEJERO LUCAS, FELIX: *Mercado, Ética y Economía*. Ed. ICARIA. Barcelona, 1.994.
- PÉREZ LÓPEZ, JUAN ANTONIO: "Liderazgo y ética en la dirección de empresas. La nueva empresa del siglo XXI". Ediciones Deusto. Bilbao, 1.998.
- PURSER, RONALD E.; PARK, CHANGKILL; MONTOURI, ALFONSO: "Limits to anthropocentrism: toward an ecocentric organization paradigm?" *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 4, Octubre 1.995. Pg. 1.053-1.089.
- RODRIGO, I.: "La ecología ya es negocio". *La Gaceta del Dinero*, 1.989.
- RUBIO DE URQUIZA, RAFAEL: "Ética, eficiencia y mercado". II Coloquio sobre Ética Empresarial y Economía. Ediciones Universidad de Navarra. Navarra, 1.994. Pg. 49-71.
- RYAN, LORI V. Y SCOTT, WILLIAM, G.: "Ethics and organizational reflection: the Rockefeller Foundation and postwar "Moral Deficits", 1.942-1.954". *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 2, 1.995. Pg. 438-461
- SEGURA ETXEZARRAGA, JOSEBA: "¿Ética en los negocios?". *Cuadernos de Teología Deusto*. N° 11. Facultad de Teología. Universidad de Deusto. Bilbao, 1.996.
- SHRIVASTAVA, PAUL: "The role of corporations in achieving ecological sustainability". *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 4, Octubre, 1.995. Pg. 936-960.
- SOSA, NICOLÁS M.: "Ética ecológica. Necesidad, posibilidad, justificación y debate". Ed. Libertarias/Prodhufi. Madrid, 1.994.
- STARIK, MARK Y RANDS, GORDON P.: "Weaving on integrated web: multilevel and multisystem perspectives of ecologically sustainable organizations". *The Academy of Management Review*. Vol 20, N° 4, Octubre 1.995. Pg. 908-935.
- TERMES CARRERO, RAFAEL: "Capitalismo y ética". *Cuadernos del Pensamiento Liberal*. N° 6. Marzo, 1.987.
- TRILLAS, A.: "En qué falla la Universidad". *Actualidad Económica*. N° 2.139. 21-27 de Junio de 1.999. Pg. 25.