

Cuadernos de la
Cátedra CaixaBank de
Responsabilidad Social
Corporativa

Nº 33
Febrero de 2017

Medioambiente: desafíos y oportunidades para las empresas

Marta Remacha

Cátedra CaixaBank de
Responsabilidad Social Corporativa

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	LA AGENDA DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL	5
2.1.	El nacimiento de la agenda internacional	5
2.2.	La agenda del desarrollo sostenible	6
2.3.	La agenda del cambio climático	8
3.	MOTIVOS PARA INCORPORAR LAS PREOCUPACIONES MEDIOAMBIENTALES	9
3.1.	La presión de los grupos de interés	9
3.2.	El cumplimiento de la legislación	10
3.3.	Las ventajas competitivas	11
3.4.	El convencimiento ético	12
3.5.	El enfoque de gestión según las motivaciones	13
4.	LA GESTIÓN AMBIENTAL EN LA EMPRESA	14
4.1.	El compromiso de la dirección	14
4.2.	El diagnóstico ambiental	15
4.3.	El diálogo con los grupos de interés	17
4.4.	El plan de gestión ambiental	17
4.5.	El programa de acción	18
4.6.	Evaluación y rendición de cuentas	20
5.	CONCLUSIONES	23
6.	BIBLIOGRAFÍA	24

Nuestro modo de producción y consumo energético está generando una alteración climática global que provocará serios impactos, tanto sobre el planeta como sobre los sistemas socioeconómicos.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, existe un consenso científico casi generalizado en torno a la idea de que nuestro modo de producción y consumo energético está generando una alteración climática global que provocará, a su vez, serios impactos, tanto sobre la Tierra como sobre los sistemas socioeconómicos. En particular, la emisión de gases como el dióxido de carbono, el óxido nitroso y el metano a la atmósfera, derivados de la industria, la agricultura y la combustión de combustibles fósiles, genera el efecto invernadero (la retención del calor del Sol en una capa de gases de la atmósfera de la Tierra), que está provocando la elevación de la temperatura de nuestro planeta. Al mismo tiempo, la producción industrial (y, en particular, cuando se relaciona con la sobreexplotación y la contaminación) está conduciendo al agotamiento o la inutilización de los recursos naturales.

El agotamiento del agua dulce, la acidificación del agua, el aumento de la acidez de los suelos, la contaminación atmosférica, la contaminación de las aguas y de los suelos, la lluvia ácida, la acumulación de residuos —industriales, sanitarios, urbanos, agrícolas y ganaderos no tratados—, la pérdida de la biodiversidad y la deforestación y desertización son algunos de los temas que forman parte de la agenda medioambiental. Estos fenómenos afectan tanto a la calidad y continuidad de los recursos naturales que el ser humano precisa como al equilibrio de los ecosistemas y a la resiliencia del planeta, es decir, la capacidad de absorber los impactos medioambientales y de mantener el equilibrio, lo cual también tendrá efectos económicos y sociales, tanto en las comunidades que se ven afectadas directamente como en el resto de las comunidades que habitan la Tierra.

Cada vez son más las empresas que se preocupan por el medioambiente, como parte de su responsabilidad social corporativa (RSC). Con este cuaderno queremos contribuir a que éstas puedan integrar las preocupaciones ambientales en su gestión. Para ello, comenzamos explicando la agenda de la responsabilidad medioambiental, que permite comprender en qué consiste este concepto, cómo se ha llegado a él y por qué es necesario que las compañías participen en ella. También abordamos los diversos motivos que tienen las empresas para introducir la gestión ambiental y cómo influyen estas diferencias de motivación en los resultados conseguidos. Finalmente, dedicamos un apartado a explicar cuáles son los pasos que deben seguirse y los aspectos que han de tenerse en cuenta en la implementación de la gestión medioambiental. Con todo ello, pretendemos proporcionar algunas pautas que ayuden a entender la gestión medioambiental y sirvan como criterio de decisión para todos aquellos líderes y empresas decididos a ser responsables.

2. LA AGENDA DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

En las últimas décadas, la comunidad internacional se ha sensibilizado considerablemente sobre la importancia de los asuntos medioambientales, que han pasado a ocupar un lugar prioritario de su agenda. Lo cierto es que la actividad humana siempre ha tenido un impacto sobre la naturaleza y que siempre han existido fenómenos naturales que han afectado a la vida de las poblaciones del planeta. Sin embargo, fenómenos como el aumento exponencial de la población mundial, la Tercera Revolución Industrial y la globalización, acaecidos en el último medio siglo, han elevado la intensidad, rapidez y amplitud de la intervención humana en el medio natural a niveles alarmantes. La preocupación ha aumentado ante las evidencias científicas y empíricas de los cambios que se están produciendo en el medio natural, cuyo efecto perjudicial e irreversible hace peligrar el bienestar, e incluso la continuidad, de la especie humana sobre la Tierra.

El origen de la preocupación sobre la intervención humana en el medioambiente surge por la observación de dos fenómenos. Por un lado, el agotamiento de las materias primas y de los combustibles fósiles; por el otro, las alteraciones de las características físicas y biológicas de la naturaleza (Pérez Serrano y Gómez Gómez, 1999). Ambos fenómenos adquieren una especial relevancia en nuestro tiempo por la extraordinaria magnitud de sus efectos y su relación con problemas políticos, sociales o económicos de escala global, como han podido ser las sucesivas crisis del petróleo de las últimas décadas. Al mismo tiempo, un uso más equitativo y racional de la tecnología y de los recursos naturales se concibe como parte de la solución a problemas endémicos como el hambre, la pobreza o determinadas enfermedades en el mundo. De ahí que la protección del medioambiente ocupe un lugar esencial dentro de la movilización internacional que se propone mejorar la vida de quienes habitamos el mundo y requiera de la participación de todos los actores de la comunidad: Gobiernos, sociedad civil y, por supuesto, empresas.

La intensidad, rapidez y amplitud de la intervención humana en el medio natural se ha elevado a niveles alarmantes en el último medio siglo.

2.1. EL NACIMIENTO DE LA AGENDA INTERNACIONAL

A finales de los años sesenta coinciden toda una serie de factores —la intensificación de la actividad industrial, paralizada durante la Segunda Guerra Mundial; la experimentación con armamentística nuclear, en el contexto de la Guerra Fría; y la movilización por los derechos civiles— que provocaron que la preocupación por el deterioro de la calidad ambiental se hiciera eco entre la opinión pública.

De aquí salto rápidamente a la agenda de la comunidad internacional y, en 1972, en los prolegómenos de la inminente crisis del petróleo, el Club de Roma publica el informe *Los límites del crecimiento*, en el que se aportan por primera vez evidencias científicas que relacionan la finitud de los recursos del planeta con la inviabilidad de un sistema económico basado en el crecimiento exponencial. Algunas conclusiones de ese estudio fueron muy discutidas, pero ya desde entonces se establecieron los ejes fundamentales de un debate que ha continuado hasta nuestros días y que trata sobre los grandes retos de la humanidad: el desigual reparto de la riqueza, la degradación del medioambiente, la pérdida de confianza en las instituciones, el crecimiento urbano incontrolado, la inseguridad en el empleo, la alienación de la juventud, el rechazo de los valores tradicionales, la inflación y otras distorsiones monetarias y económicas (Pérez Serrano y Gómez Gómez, 1999).

Un uso más equitativo y racional de la tecnología y de los recursos naturales se concibe como parte de la solución a problemas endémicos como el hambre, la pobreza o determinadas enfermedades en el mundo.

A partir de entonces, la dimensión ambiental pasa a formar parte de la explicación de las causas y de las posibles soluciones de problemas globales. Así se puso de manifiesto ese mismo año en la Conferencia de las Naciones Unidas Sobre el Medio Humano (también conocida como Conferencia de Estocolmo), en 1972, considerada la primera Cumbre de la Tierra, que sentó las bases del desarrollo de la política internacional en materia de medioambiente. El resultado de la reunión fue la conocida como *Declaración de Estocolmo*, con veintiséis principios que se esperaba supusieran «a los pueblos del mundo inspiración y guía para preservar y mejorar el medio humano». Estos principios daban un paso más allá al reconocer que el hombre depende de su entorno tanto para el desarrollo material como el intelectual y social, lo que convierte la protección y mejoramiento del medio en condición indefectible para el bienestar de los pueblos y a su posteridad. La declaración señalaba ya en este punto que la consecución de esta meta es «un deber de todos los Gobiernos», que precisa que «ciudadanos y comunidades, empresas e instituciones, en todos los planos, acepten las responsabilidades que les incumben y que todos ellos participen equitativamente en la labor común», porque los problemas, incluso los de apariencia local, tenían consecuencias sobre otras comunidades, a veces muy lejanas. Este llamamiento implicaba de manera definitiva a las empresas en la protección del medio y constituiría el germen de la gestión de los impactos ambientales como parte de su RSC.

La Declaración de Estocolmo de 1972 supuso un llamamiento definitivo a las empresas para proteger el medio y constituiría el germen de la gestión de los impactos ambientales como parte de su RSC.

2.2. LA AGENDA DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Para dar cabida a la incipiente preocupación por la problemática ambiental a escala global, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) creó, en 1983, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, responsable del *Informe Brundtland*, inicialmente denominado *Our Common Future* (*Nuestro futuro común*) (1987), en el que se formaliza el concepto de «desarrollo sostenible» y se define como aquel que «satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades». Se trata de un cuestionamiento al modelo contemporáneo de producción y consumo y un llamamiento a la transformación del concepto de desarrollo para incluir, además de la dimensión económica, las dimensiones social y medioambiental.

El desarrollo sostenible precisa la implicación de las empresas y la introducción de la gestión medioambiental, atendiendo no sólo a criterios económicos cortoplacistas, sino también a su sostenibilidad a largo plazo.

Todo ello quedaría materializado en la *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* (1992), aprobada en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (segunda Cumbre de la Tierra), en Río de Janeiro. La conocida como Declaración de Río entiende la protección del medioambiente como parte integral del proceso de desarrollo e insta a los Gobiernos a desarrollar la legislación nacional relativa a la responsabilidad y reparación medioambiental. Destaca el establecimiento, ya entonces, del criterio de «precaución» en el sentido de que «la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces [...] para impedir la degradación del medioambiente».

Esta declaración, junto con la publicación ese mismo año del libro *Changing Course* (*Cambiando el rumbo*), por parte del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, por sus siglas en inglés), tuvieron un gran impacto en el mundo empresarial. Ambos ponían el énfasis en la actitud e implicación corporativas para alcanzar el desarrollo sostenible y promovían la introducción de la gestión medioambiental en la empresa, atendiendo no sólo a criterios económicos cortoplacistas, sino también a su sostenibilidad a largo plazo. En este foro se definió la responsabilidad ambiental de las empresas como «el manejo responsable y ético de los productos y los procesos con respecto a la salud, la seguridad y los aspectos ambientales», que, para hacerse efectiva, precisa que empresas e industrias se doten de políticas y procedimientos internos con el fin de integrar este planeamiento en la toma de decisiones, además de una apertura y un diálogo con los empleados y el público en general.

La Cumbre de Río fue considerada un hito en su momento, al establecerse la Agenda 21, con los asuntos que deben ser abordados a nivel mundial, nacional y local para alcanzar el desarrollo sostenible. La protección del medioambiente se sitúa junto a desafíos sociales y económicos como la lucha contra la pobreza, el fomento de la salud o el empoderamiento de la mujer. La Agenda 21 sería el germen de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) fijados por la ONU en el año 2000, con ocho propósitos de desarrollo humano cuya consecución pasaba a ser prioritaria para los Gobiernos de todo el mundo a través de la cooperación internacional. El séptimo objetivo se dirigía específicamente a garantizar la sostenibilidad del medioambiente. Estos objetivos se revisaron en 2015, año para el cual se había marcado su cumplimiento, y fruto de esta revisión se ha establecido una nueva agenda mundial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los ODS instan a los países, así como al resto de actores, incluidas las empresas, a intensificar sus esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el deterioro ambiental. Se componen de diecisiete objetivos, de los cuales cinco están dedicados específicamente al medioambiente.

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

La adopción de los ODS dio lugar a la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**, aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre de 2015 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas. Se compone de diecisiete objetivos y ciento sesenta y nueve metas, y se espera que los Gobiernos los adopten como propios y establezcan las medidas necesarias para su logro. Los nuevos objetivos reconocen que las iniciativas para poner fin a la pobreza deben ir de la mano de estrategias que favorezcan el crecimiento económico y aborden una serie de necesidades sociales, entre las que cabe señalar la educación, la salud, la protección social y las oportunidades de empleo, a la vez que luchan contra el cambio climático y promueven la protección de la naturaleza.

En total, seis de los diecisiete objetivos tienen en cuenta la gestión del medioambiente para contribuir al desarrollo:

- Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de **agua** y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
- Objetivo 7: Garantizar el acceso a una **energía** asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
- Objetivo 12: Garantizar modalidades de **consumo** y producción sostenibles.
- Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el **cambio climático** y sus efectos.
- Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los **océanos**, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
- Objetivo 15: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los **ecosistemas terrestres**, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la biodiversidad biológica.

Como novedad, los **ODS contemplan a las empresas como agentes de desarrollo** y abarcan campos donde éstas adquieren un papel protagonista tales como tecnologías, consumo, conectividad o energía. Para conseguir que las compañías se impliquen con éxito, Global Compact, WBCSD y Global Reporting Initiative han desarrollado la guía *SDG Compass*¹, que explica cómo afectan los ODS a las empresas y ofrece herramientas y conocimientos para introducir la sostenibilidad en el negocio.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015), *La Agenda de Desarrollo Sostenible*. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible>.

El concepto de desarrollo sostenible pone el énfasis en la reconciliación entre el crecimiento económico, los recursos naturales y la sociedad, evitando comprometer la posibilidad de vida en el planeta y la calidad de vida de la especie humana. La contradicción existente entre los conceptos de «desarrollo» y «sostenible» ha llevado a la evolución de este término hasta el de «sostenibilidad» (Bermejo Gómez de Segura, 2014), mucho más habitual en el mundo empresarial. La sostenibilidad es un concepto ecológico, basado en la capacidad de un sistema para mantener su diversidad, funcionamiento y equilibrio a lo largo del tiempo, afrontando las restricciones ecológicas a largo plazo y las presiones socioeconómicas. Sobre la base de que la civilización humana necesita recursos para mantener su modo actual de vida, la sostenibilidad plantea cómo utilizar los recursos de manera eficiente, de modo que se mantenga el equilibrio con la naturaleza y se evite el deterioro y destrucción de nuestra civilización (EPA, 2016). Esta conceptualización ha implicado un cambio en el paradigma empresarial, del que se precisa un comportamiento más responsable que aúne objetivos económicos, sociales y ambientales, y de los incentivos de mercado, de manera que éstos se guíen por medidas a largo plazo.

La sostenibilidad plantea cómo utilizar los recursos de manera eficiente, de modo que se mantenga el equilibrio con la naturaleza y se evite el deterioro y destrucción de nuestra civilización.

¹ GRI; United Nations Global Compact y WBCSD. SDG Compass. The guide for business action on the SDGs (2106). Extraído de: <http://sdgcompass.org>

Las actividades agrícola, industrial y comercial se sitúan en el origen del cambio climático, por lo que su mitigación se configura como uno de los asuntos más susceptibles de afectar a las empresas.

2.3. LA AGENDA DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Uno de los asuntos que mayor peso ha cobrado dentro de la agenda ambiental es la lucha contra el cambio climático. El cambio climático hace referencia a la variación global del clima de la Tierra. Se debe tanto a causas naturales como a la acción del hombre, ya que su origen está en la acumulación de gases efecto invernadero (GEI) en la atmósfera terrestre y la retención del calor del Sol. Existe un consenso científico, casi generalizado², en torno a la idea de que el modo de producción y consumo energético de las sociedades occidentales contemporáneas ha contribuido a aumentar la concentración de estos gases hasta un 30% desde el siglo pasado, generando una alteración climática global, que provocará, a su vez, serios impactos en los ecosistemas terrestres y marinos y profundas consecuencias económicas y sociales (MAPAMA, s. d.). En este sentido, las actividades agrícola, industrial y comercial, a través de la deforestación y la quema de combustibles fósiles, se sitúan en el origen de este aumento de la concentración, por lo que la adaptación y mitigación del cambio climático se configura como uno de los asuntos más susceptibles de afectar a las empresas.

La preocupación particular por el cambio climático quedaba ya recogida en el *Informe Brundtland* (1987), que instaba a esclarecer sus fuentes y sus efectos y a promover un marco legal e institucional internacional para lograr la reducción de los GEI en la atmósfera. Para alcanzar este objetivo se constituía, en 1988, el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas. Su función es la de emitir informes para evaluar las causas y los efectos del cambio climático global y las posibles medidas a llevar a cabo.

En la Cumbre de Río de 1992 se adoptó la *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático* (CMNUCC), que entró en vigor en 1994 —año a partir del cual comenzó a reunirse anualmente, en la denominada Conferencia de las Partes (COP), para decidir y reforzar a escala mundial el tratamiento de los problemas relacionados con el cambio climático—. Sería este organismo el encargado de aprobar, en 1997, el Protocolo de Kioto. Este acuerdo internacional contenía un conjunto de medidas que los países signatarios se comprometían a adoptar para reducir la emisión de GEI en, al menos, un 5% de promedio entre 2008 y 2012. Considerado un hito internacional en la lucha contra el cambio climático, no entraría en vigor hasta 2005, con la firma de Estados Unidos y China. Su viabilidad se cuestionó durante la Cumbre de Bali de 2007 (COP13), ante la negativa de los ministros de medioambiente de los países firmantes a suscribir estos compromisos, y de nuevo en la Cumbre de Copenhague de 2009 (COP15), en la que no se logró un acuerdo jurídicamente vinculante sobre el clima. En la Conferencia de las Partes en Doha (COP 18) se ratificó el segundo periodo de vigencia del Protocolo de Kioto, de 2013 a 2020, año en el que entrará en vigor el Acuerdo de París.

EL ACUERDO DE PARÍS

Alcanzado el 12 de diciembre de 2015 y en vigor desde el 4 de noviembre de 2016, el Acuerdo de París es el pacto mundial de lucha contra el calentamiento global. Tiene por objetivo que el aumento de la temperatura al final de este siglo se quede entre los 2 y los 1,5 grados respecto a los niveles preindustriales. Sus 195 países firmantes se comprometen a reducir sus emisiones de GEI, presentando planes de mitigación a cinco años vista. Aunque los compromisos del acuerdo comprometen a los Gobiernos, el artículo 6 insta al mundo empresarial a involucrarse en la aplicación y consecución del objetivo nacional presentado por cada país, promoviendo una mayor ambición en sus medidas de mitigación y adaptación. Los Gobiernos de los países firmantes han lanzado, de esta manera, una llamada a la acción a empresas e inversores, que jugarán un papel crítico en su desarrollo.

Fuente: United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) (2016): The Paris Agreement. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: http://unfccc.int/paris_agreement/items/9485.php.

La sensibilización social ha configurado la protección del medioambiente como un valor positivo y deseable.

La última mitad del siglo, además de situar el medioambiente en la agenda global, ha contribuido a generar una sensibilización social y un consenso donde la protección del medioambiente se ha configurado como un valor positivo y deseable. Todo ello ha convertido los asuntos medioambientales en una cuestión significativa para las empresas que, como veremos a continuación, de manera voluntaria o por exigencia de los grupos de interés, han incorporado su gestión a su estrategia corporativa.

² Existe una corriente científica, minoritaria, que niega la importancia del cambio climático, argumentando que: (a) el cambio climático no está teniendo lugar; (b) el cambio climático está teniendo lugar pero no tiene su origen en la actividad humana; (c) el cambio climático está teniendo lugar y tiene su origen en la actividad humana, pero no existen evidencias de su impacto en el planeta y en la sociedad; (d) el cambio climático está teniendo lugar, tiene su origen en la actividad humana y tendrá un impacto significativo en el planeta y en la sociedad, pero la humanidad será capaz de reducir y mitigar estos efectos. Fuente: National Center for Science Education. Climate change is good science. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <https://ncse.com/library-resource/pillars-climate-change-denial>.

3. MOTIVOS PARA INCORPORAR LAS PREOCUPACIONES MEDIOAMBIENTALES

Tal como veíamos en el apartado anterior, el sistema económico nacido de la Revolución Industrial, basado en la explotación, producción y consumo intensivos de recursos, se sitúa en el origen de la mejora sustancial de la calidad de vida de la sociedad contemporánea, pero también es causa del deterioro ambiental del planeta. Ello pone en riesgo la continuidad de la especie humana en la Tierra, lo que ha generado entre las sociedades contemporáneas la concienciación sobre la necesidad de cuidar del entorno, fundamentada en la dependencia de los seres humanos del medio en el que viven. El hombre depende de la naturaleza para obtener los recursos —aire, agua, comida, abrigo— para su subsistencia. Asimismo, un medioambiente sin riesgos, limpio, saludable y sostenible es esencial para el pleno disfrute de una amplia gama de derechos humanos, entre ellos los derechos a la vida, la salud, la alimentación, el agua y el saneamiento, y para alcanzar unas condiciones de vida dignas. La preocupación se extiende entre todos los actores de la sociedad, incluidos los Gobiernos, las empresas, los medios de comunicación y la ciudadanía en su conjunto.

El concepto de responsabilidad medioambiental precisa que las empresas integren en su toma de decisiones y en su operativa diaria las preocupaciones por el medioambiente. Por su parte, la confluencia de actores e intereses implica que las empresas hayan incorporado esta responsabilidad por motivos heterogéneos, no necesariamente contradictorios, donde se entremezclan la concienciación corporativa con el deseo de obtener ventajas competitivas o el cumplimiento de las exigencias de los grupos de interés o los organismos reguladores.

3.1. LA PRESIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los *stakeholders* han tenido una importancia capital a la hora de introducir el medioambiente en la gestión empresarial. Bajo múltiples formas, que abarcan desde organizaciones no gubernamentales (ONG) hasta asociaciones sectoriales, pasando por consumidores y asociaciones de consumidores, empleados y sindicatos, accionistas e inversores institucionales, o incluso los medios de comunicación, todos comparten, como miembros de la sociedad, la preocupación general por el deterioro del medioambiente, y se han movilizado bajo diferentes estrategias para introducir la prevención de los impactos ambientales en la empresa (Campbell, 2007):

- Las ONG y asociaciones de consumidores cumplen este objetivo a través de la vigilancia de las actuaciones corporativas y la movilización de la opinión o la acción política y ciudadana para que las corporaciones modifiquen sus prácticas.
- Un número creciente de accionistas e inversores institucionales se sirven de la compraventa de acciones y los votos en la Junta General para conseguir que la sociedad financiera, comercial o industrial en la que invierten se comporte de manera responsable.
- Determinados mecanismos de mercado, como los índices bursátiles de sostenibilidad (Dow Jones Sustainability Index [DJSI], FTSE4Good o MSCI Sustainability Impact Index) acreditan el cumplimiento por parte de las empresas de requisitos económicos, medioambientales y sociales, que los inversores y sus asesores pueden tener en cuenta a la hora de guiar la inversión socialmente responsable.
- La prensa se ha ocupado de revelar malas prácticas y escándalos empresariales, así como de situar los asuntos ambientales en la agenda de opinión.
- Las escuelas de negocios y asociaciones sectoriales tienen, por su parte, su propio papel en la reflexión e impulso de las mejores prácticas entre los administradores de las empresas.
- Es frecuente que los empleados, sindicatos y otros colectivos de la comunidad manifiesten sus inquietudes y demandas ambientales, con vistas a influir en las políticas y prácticas de la organización.

En las últimas décadas, la presión ejercida por estos actores para involucrar a las empresas en la responsabilidad ambiental ha aumentado enormemente (Flammer, 2013). Además de campañas puntuales o continuadas para que se introduzcan medidas de sostenibilidad, las acciones de estos grupos de interés han contribuido a establecer estándares de conducta, generar conciencia y sensibilizar dentro y fuera de la empresa, además de hacer seguimiento e impulsar el cumplimiento de la regulación. Los riesgos de una crisis ecológica que afecte a la reputación corporativa, defraude las expectativas de los grupos de interés y cambie su comportamiento hacia la empresa están detrás de la capacidad de influencia de estos actores. La incorporación de prácticas más ecológicas por este motivo sería, para muchas empresas, una forma de legitimarse (Bansal y Roth, 2000).

El concepto de responsabilidad medioambiental precisa que las empresas integren en su toma de decisiones y en su operativa diaria las preocupaciones por el medioambiente.

Los grupos de interés se han movilizado bajo diferentes estrategias para introducir la prevención de los impactos ambientales en la empresa.

Las acciones de los grupos de interés han contribuido a establecer estándares de conducta, generar conciencia e impulsar el cumplimiento de la regulación.

3.2. EL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN

La obligatoriedad de la ley ha llevado a muchos Gobiernos a servirse de este medio para impulsar comportamientos sostenibles entre las empresas. El marco nacional e internacional, aunque todavía en desarrollo, es bastante amplio y ha aumentado sensiblemente en los últimos treinta años (Flammer, 2013).

Las declaraciones programáticas y convenios alcanzados en el seno de la ONU establecen los principios y estándares de conducta por los que se espera que se guíen los Gobiernos y las empresas.

A nivel internacional, el derecho ambiental se sirve, en primer lugar, de las declaraciones programáticas y convenios alcanzados en el seno de la ONU, que establecen los principios y estándares de conducta por los que se espera que se guíen los Gobiernos y las empresas. Entre los más importantes se encuentran los formulados en la Declaración de Estocolmo (1972), la Carta Mundial de la Naturaleza (1982), la Declaración de Río (1992), el Convenio de la Diversidad Biológica (1992) y la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (1992). Muchos de estos principios no son jurídicamente vinculantes (*soft law*), pero tienen un fuerte componente ético y moral que ha inspirado la legislación de los países signatarios y afectan a las empresas que tienen actividad en los mismos. Estas declaraciones han dado lugar, así mismo, a acuerdos y tratados que sí afectan a la soberanía estatal, como el Protocolo de Montreal (1987), el de Kioto (1997), el de Cartagena (2000), el de Nagoya (2010) y el Acuerdo de París (2015), que se deciden en el seno de la multilateralidad internacional.

En cuanto a su aplicación, existe desde 1993 una cámara sobre temas ambientales en el seno de la Corte Internacional de Justicia (CIJ), si bien sólo resuelve cuestiones jurídicas planteadas por los Estados (los agentes no estatales no pueden ser ni demandantes ni demandados). Por otra parte, en 2001, la Corte Permanente de Arbitraje (CPA) aprobó el Reglamento Facultativo para el Arbitraje de Controversias Relativas al Medio Ambiente y/o Recursos Naturales. No se trata de una disposición judicial, sino de una serie de normas y procedimientos que los Estados pueden aplicar en casos de controversia y que pueden ser utilizados por y contra las corporaciones multinacionales.

Para disuadir del incumplimiento de la normativa medioambiental, destaca el principio «Quien contamina paga», formulado en 1992 en la Cumbre de Río de Janeiro. Este principio se fundamenta en la introducción de importantes consecuencias financieras para aquellas industrias responsables de amenaza o daño al medioambiente, de manera que la contaminación no pueda ser un aspecto inherente a la producción, cuyo coste sea asumible. Se trata de un principio disuasorio, en el que la empresa debe pagar las acciones preventivas y reparadoras del daño ambiental.

El principio «Quien contamina paga» introduce importantes consecuencias financieras para aquellas industrias responsables de amenaza o daño al medioambiente.

Por su parte, desde su constitución, la Unión Europea (UE) tiene como objetivo alcanzar un nivel de protección elevado, basado en los principios de cautela y de acción preventiva, en el principio de corrección de los atentados al medioambiente —preferentemente en la fuente misma—, y en el principio «Quien contamina paga»³. La responsabilidad medioambiental se hace efectiva en la Directiva 2004/35/CE, en la que se establece la prevención y reparación de los daños medioambientales con arreglo al principio citado.

La Comisión Europea fija el marco básico de actuación a través de los programas de acción plurianuales con las propuestas legislativas y los objetivos para la política en materia de medioambiente y clima, que son adoptados por el Consejo y el Parlamento. Desde 2013 y hasta 2020 se encuentra vigente el Séptimo Programa de Acción denominado «Vivir bien, respetando los límites de nuestro planeta». Este programa subraya la necesidad de una mejor aplicación por parte de los Estados miembros de las más de doscientas leyes existentes en materia ambiental, para lo que la Comisión realiza un seguimiento periódico de dicha aplicación⁴. Así mismo, la UE está detrás de la formulación de estrategias horizontales que fomentan el crecimiento y el empleo con una dimensión medioambiental, instando a los Estados miembros a desarrollar la normativa o los incentivos necesarios para su consecución (Ohliger, 2016).

³ Estos principios quedaban ya recogidos en 1992 en el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (artículo 174.2y, desde 2009, se contemplan en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (artículo 191.2).

⁴ La existencia de deficiencias en la aplicación de las políticas ambientales de la UE llevó a la Comisión Europea a poner en marcha, en mayo de 2016, la revisión de la aplicación de la normativa medioambiental (EIR, por sus siglas en inglés). Esta iniciativa se propone documentar bianualmente la situación de cada uno de los Estados miembros respecto a las principales deficiencias de aplicación en materia medioambiental y ofrecer apoyo personalizado a los Estados miembros para conseguir los objetivos de las políticas y la legislación medioambientales existentes. El proceso insta a los Estados miembros a implicar a otras partes interesadas, como el sector privado, para examinar las principales deficiencias de aplicación y sus posibles soluciones. Fuente: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=COM:2016:316:FIN>

LA ESTRATEGIA EUROPA 2020

Para lograr un crecimiento «inteligente, sostenible e integrador», la UE ha aprobado la Estrategia Europa 2020, con cinco ambiciosos objetivos a nivel de empleo, inversión en I+D, clima y energía, educación, y pobreza. En materia de medioambiente, se constituye como prioritario «una Europa que utilice eficazmente los recursos», con tres líneas de acción: las tecnologías verdes, las emisiones de carbono y la eficiencia energética.

Esta estrategia generará grandes retos para las empresas (cambios en la operativa para optimizar el uso de recursos, descarbonización del transporte, introducción de energías renovables, cambio de los incentivos fiscales...), así como oportunidades de negocio (movilización de los instrumentos financieros de la UE, comercio de emisiones, ayudas estatales, contratación pública verde, demanda de proyectos de alto valor añadido para industrias y ciudades y adaptación al cambio climático en países en desarrollo).

Fuente: Comisión Europea (2010), «Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador» [Comunicación de la Comisión]. Extraído de:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:ES:PDF>

En España, la protección del medioambiente está amparada por el artículo 45 de la Constitución, que reconoce el derecho de los ciudadanos a disfrutar de un medioambiente adecuado como condición indispensable para el desarrollo de la persona. Este derecho se asegura a través de diferentes leyes que obligan a conservar la naturaleza (como la Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, y la Ley 41/2010, de Protección del Medio Marino), utilizar racionalmente los recursos materiales y energéticos (Ley 2/2011, de Economía Sostenible), implementar medidas de adaptación al cambio climático (Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático), gestionar los residuos (Ley 22/2011, de Residuos y Suelos Contaminados) y reparar los daños causados (Ley 26/2007, de Responsabilidad Medioambiental), entre otros aspectos.

La existencia de estas normativas ha impulsado la mejora de los comportamientos ecológicos entre muchas empresas, pues el cumplimiento de la ley es un requisito legal y social para operar, al tiempo que su incumplimiento conlleva asociadas sanciones que pueden suponer importantes sobrecostes. El cumplimiento también permite acogerse a subvenciones públicas y participar en concursos públicos, así como evitar la presión de los grupos de interés (Kagan, Thornton y Gunningham, 2003; Campbell, 2007).

De este modo, las normativas crean el marco jurídico para la actuación de las empresas, estableciendo de manera clara las políticas y medidas que deben introducir y seguir. Sin embargo, conviene señalar que, en ocasiones, estas regulaciones son insuficientes, ya que establecen los mínimos de cumplimiento sobre los que los legisladores han logrado ponerse de acuerdo. En este sentido, la regulación, además de fijar requisitos obligatorios, sirve, en muchas ocasiones, para concienciar sobre determinados temas ambientales significativos dentro de la gestión corporativa y espera de la comunidad empresarial la implementación de otras prácticas que sigan el espíritu de la ley sin que puedan ser reguladas ni sancionadas.

3.3. LAS VENTAJAS COMPETITIVAS

Las empresas pueden salir muy beneficiadas del cuidado del medioambiente, empezando por su propia dependencia del medio natural para poder llevar a cabo su actividad. Para operar, necesitan recursos naturales y energéticos, por lo que su continuidad futura podría verse en peligro, sea por el agotamiento de estos recursos, sea por su encarecimiento. Asimismo, la reducción del consumo de recursos naturales, minerales o energéticos supone un ahorro en los costes corporativos, al tiempo que la mayor eficiencia de los sistemas aumenta la productividad y competitividad. Todo ello repercute tanto en la cuenta de resultados como en la posibilidad de ofrecer un producto o servicio a un menor precio, con el consiguiente aumento en las ventas y en el liderazgo del mercado (Durán Romero, 2009). En general, la gestión del medioambiente se acompaña de una mejora de todos los procesos, a través de la incorporación de sistemas de gestión o de otros procedimientos para conocer el desempeño de la organización y medir sus impactos, y de la puesta en marcha de medidas para aumentar la (eco)eficiencia. Esto se traduce en la generación de productos o servicios innovadores, de mayor calidad o mejor adaptados a las necesidades del entorno, lo que, en último término, repercute en el aumento de la cuota de mercado y en la satisfacción y fidelización del cliente.

Los legisladores esperan de la comunidad empresarial que siga la ley en su letra pero también en su espíritu, implementando otras buenas prácticas que vayan más allá del mero cumplimiento.

El cuidado del medioambiente mejora los procesos y repercute positivamente en la competitividad de la empresa.

La gestión medioambiental prepara a la organización para anticiparse y adaptarse rápidamente a futuros cambios.

Del mismo modo, las soluciones medioambientales pueden suponer oportunidades para los negocios, especialmente a medida que esta preocupación va ganando peso entre la sociedad y los Gobiernos (Forética, 2015). Existe un nicho de mercado de bienes ecológicos con consumidores dispuestos a pagar un precio *premium*, con inversores que dan una importancia creciente a los criterios vinculados a sostenibilidad y economía baja en carbono, con industrias y servicios que buscan soluciones tecnológicas para aumentar su eficiencia ambiental y con la prestación de ayudas gubernamentales para desarrollar este tipo de productos.

Además, la gestión medioambiental también prepara a la organización para anticiparse y adaptarse rápidamente a futuros cambios como pueden ser novedades en la normativa, incremento de los criterios ambientales en los requisitos de contratación, dificultades que puedan surgir en la cadena de suministro o, sencillamente, la propia transformación de la producción y las operaciones que tenga que realizarse ante los efectos del cambio climático (UNEP, 2012). Esta mayor resiliencia es posible gracias a que la gestión medioambiental permite detectar los riesgos y prevenir sus efectos, reducir la dependencia de los recursos naturales y contar con un personal formado para responder adecuadamente a este tipo de problemáticas, entre otros factores.

La protección del medioambiente, desde el punto de vista de la sostenibilidad, se acompaña del diálogo continuo con los grupos de interés y de la contribución al desarrollo social: bienestar y participación de los empleados, condiciones de seguridad y salud de los proveedores, calidad de vida de las comunidades locales, etc. Esto permite a la organización mejorar las relaciones con su entorno, evitar crisis y resolver conflictos, aumentar sus oportunidades de negocio al identificar las necesidades de los *stakeholders* y el incremento de la reputación al demostrar una buena gestión y el cumplimiento de sus compromisos (Whelan y Fink, 2016). Las sinergias con otras empresas del sector y con la comunidad, así como las alianzas sectoriales con entidades sin ánimo de lucro y con organizaciones gubernamentales pueden ayudar a las empresas a lograr de manera más efectiva metas propias que de manera individual no podría alcanzar (Babiak y Trendafilova, 2011).

3.4. EL CONVENCIMIENTO ÉTICO

La protección del medioambiente es un deber de las empresas en tanto que éstas tienen la posibilidad y la capacidad de proteger el medioambiente para resolver problemas sociales y contribuir al mejoramiento colectivo.

Las compañías con motivaciones éticas consideran que el cuidado del medioambiente es lo correcto y lo incorporan como parte de su responsabilidad empresarial. El desarrollo de la ética empresarial ambiental se produce en paralelo al de la preocupación por el medioambiente, y se ocupa de las relaciones entre las empresas, los seres humanos y el medio natural (Attfield, 2010). La ética empresarial ambiental argumenta que la protección del medioambiente es un deber de las empresas (Hoffman, 1991; Lecaros, 2013), sobre la base de que:

- Existe un deber moral de cuidar el mundo natural porque tanto los ecosistemas como los seres que viven en ellos son intrínsecamente valiosos y tienen derecho a la vida y a no ser dañados (visión ambiental biocéntrica).
- Existe un deber moral de cuidar el mundo natural porque éste es necesario para ejercer los derechos humanos y vivir con dignidad. Dañar o no evitar los daños sobre el medioambiente es contrario al pleno desarrollo humano, así como al de futuras generaciones (visión ambiental homocéntrica).
- Forma parte de la responsabilidad social de las empresas, en tanto que éstas tienen la posibilidad y la capacidad de proteger el medioambiente para resolver problemas sociales, contribuir al mejoramiento colectivo y combatir la desigualdad global. Las compañías deben evitar que los impactos directos e indirectos de su actividad puedan repercutir en las oportunidades de consumo, producción y desarrollo de terceros. En particular, el hecho de que terceras partes o el conjunto de la sociedad acaben asumiendo los costes de los impactos indirectos («externalidades») se considera un enriquecimiento ilegítimo de la empresa, además de un elemento distorsionador del mercado.
- A nivel moral, la aplicación del principio de contención (suficiencia, moderación y frugalidad) permite aumentar el bienestar humano, la calidad de vida y la autonomía.

Desde un punto de vista deontológico, la asunción del deber de cuidar el medioambiente permite a las empresas definir y justificar sus acciones conforme a principios universales que van más allá de la búsqueda del interés propio y de los beneficios a corto plazo y, particularmente, que le permiten guiar sus acciones en los casos en los que existe un conflicto de interés. Su motivación es autónoma (de motu proprio, sin imposición exterior), por lo que se esfuerza en implementar las mejores prácticas e ir más allá del cumplimiento de la ley. Las organizaciones se dotan a sí mismas y de manera voluntaria de los valores, la cultura corporativa y las políticas y procedimientos internos que permitan integrar la preocupación por el medio en la toma de decisiones y la operativa diaria, a través de criterios ambientales que prevalecen sobre los monetarios. En este sentido, la acción de la empresa no se basa únicamente en los beneficios que aporta el cuidado al medioambiente, sino que está dispuesta a asumir todas las consecuencias de ser ético, aun cuando éstas afecten a la rentabilidad.

3.5. EL ENFOQUE DE GESTIÓN SEGÚN LAS MOTIVACIONES

Si hasta el momento las motivaciones se han presentado de manera independiente, lo normal es que no sean excluyentes y que todas influyan, de una u otra manera, en las decisiones de la empresa. El cumplimiento normativo y la presión de los grupos de interés son, sin duda, motores del ambientalismo empresarial, pero éste acaba interiorizándose cuando tiene que incorporarse y desarrollarse a través de la estrategia empresarial (Babiak y Trendafilova, 2011). Aun así, siempre hay una de estas motivaciones que tiene mayor peso, lo que influye en el nivel de compromiso de la alta dirección y de la organización, y con ello, en la formulación y el alcance de las prácticas ecológicas de la organización (Lee y Ball, 2003). Tal como cabría esperar, las compañías con motivaciones intrínsecas, además de mayor compromiso, presentan un mayor desarrollo de las herramientas de gestión e implementan medidas de mayor alcance. En último término, las empresas que asumen proactivamente su responsabilidad ambiental muestran un mejor desempeño, relacionado con la presencia de planificación estratégica, una gestión más eficiente, la reducción de los costes, el impulso de prácticas que persiguen la excelencia y la mejora de las relaciones con sus grupos de interés.

Las empresas que asumen proactivamente su responsabilidad ambiental muestran un mejor desempeño.

La gestión ambiental incorpora criterios que permitan evitar los impactos en el medioambiente, manteniendo la calidad del producto o servicio.

La integración de criterios éticos y ambientales en la toma de decisiones requiere la implicación de la dirección, para que su uso sea sistemático y continuo.

4. LA GESTIÓN AMBIENTAL EN LA EMPRESA

Desde la óptica de la RSC, la gestión ambiental exige a las empresas, por un lado, responsabilizarse de los impactos de su actividad en el medioambiente y la sociedad y, por el otro lado, actuar de manera consistente con el interés de los *stakeholders* y el desarrollo sostenible. Tal como veremos a lo largo de este apartado, la gestión ambiental implica la integración de las preocupaciones medioambientales en la toma de decisiones y en las operaciones de la compañía, a través del compromiso de la dirección, de la medición y evaluación de impactos, de los sistemas de gestión ambiental, del desarrollo de procesos y productos respetuosos con el entorno, del diálogo y la sensibilización de los grupos de interés, y la participación en iniciativas que promuevan la responsabilidad ambiental.

4.1. EL COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN

La gestión ambiental busca la ecoeficiencia en la práctica empresarial, entendida como «la distribución, a precios competitivos, de bienes y servicios que satisfacen las necesidades humanas, reduciendo el impacto ecológico y los recursos utilizados durante su ciclo de vida a la capacidad que el planeta puede soportar» (Schmidheiny y el Business Council for Sustainable Development, 1992). La ecoeficiencia apuesta por la mejora de los procesos (optimización de los recursos, eliminación de ineficiencias y prevención ambiental) y del diseño de los productos (mantener la calidad y minimizar su consumo) para aunar objetivos económicos, ecológicos y sociales (Durán Romero, 2009).

Para hacer esto posible, la gestión ambiental se fundamenta en la incorporación a la toma de decisiones y a las operaciones de criterios que permitan, en efecto, evitar los impactos en el medioambiente, manteniendo la calidad del producto o servicio. En tanto que es un tema que ocupa la toma de decisiones, precisa la implicación de la dirección, para que el uso de estos criterios sea sistemático y continuo. La dirección también juega un papel importante en el impulso de los cambios tecnológicos y culturales necesarios para mejorar la ecoeficiencia de los productos y de los procesos (Lozano, 2015). La responsabilidad ambiental precisa una cultura corporativa convencida y sensibilizada, que los líderes pueden fomentar a través del establecimiento de las prioridades, dando ejemplo a través de sus acciones y trasladando su motivación al resto de la organización (Remacha, 2016). Asimismo, como veíamos anteriormente, el mayor o menor grado de motivación y compromiso de la dirección determinará distintos enfoques de gestión y, con éstos, un mayor o menor alcance y desempeño de las prácticas ambientales dispuestas (Lee y Ball, 2003).

CRITERIOS DE TOMA DE DECISIONES

Además de criterios económicos y ambientales, las empresas deben guiarse por los siguientes principios éticos, que pueden serles de utilidad para asegurar que sus decisiones y comportamientos se dirigen a que todos los seres humanos puedan vivir dignamente:

- **Principio de equidad:** todos los seres humanos tienen los mismos derechos fundamentales y, por tanto, no es lícito que nadie realice acciones que puedan perjudicar indebidamente a otro ser humano o, si lo hace, deberá compensarle de alguna forma.
- **Principio de responsabilidad:** aquel que produce un daño indebido a otra persona o a la sociedad en su conjunto deberá compensar los daños que produce.
- **Principio de prevención:** la mejor forma de solucionar los problemas ambientales es adoptar medidas para evitar que el daño ambiental llegue a producirse.
- **Principio de precaución/cautela:** las empresas no deben servirse de la falta de certeza científica sobre la gravedad o irreversibilidad de los daños como razón para postergar la adopción de medidas eficaces que persigan impedir la degradación del medioambiente.
- **Principios de información y participación públicas:** benefician al proceso de evaluación, porque permiten que cualquier persona o entidad afectada por el proyecto pueda expresar sus opiniones de forma que éstas sean tenidas en cuenta.

Fuente: Cruz Mínguez, V.; Gallego Martín, E., y L. González de Paula, Sistema de evaluación de impacto ambiental, 2009. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <http://eprints.ucm.es/9445/1/MemoriaEIA09.pdf>.

El compromiso de la dirección se manifiesta, de manera formal, a través de una declaración corporativa pública (misión, visión y valores; declaración de compromiso medioambiental corporativo; política de medioambiente; código de conducta...) y, de manera informal, a través del énfasis de criterios ambientales puesto en la definición de objetivos, la planificación y el desarrollo de proyectos, la asignación de recursos, los incentivos y reconocimientos, etc.

4.2. EL DIAGNÓSTICO AMBIENTAL

A partir del compromiso en todos los niveles de la organización, el primer paso para hacer avanzar la gestión ambiental es llevar a cabo un diagnóstico ambiental preliminar. Con él, la organización podrá conocer e interpretar su impacto ambiental y determinar si sus actuaciones son o no aceptables desde un punto de vista ambiental.

En el sentido literal del término, una «evaluación» consiste en «dar valor», por lo que el objetivo último de la evaluación ambiental será dar valor a los elementos ambientales con el fin de poder incluirlos dentro de la toma de decisiones, de la que, de otra forma, se verían excluidos. El valor puede medirse en términos monetarios, pero también puede entenderse desde una perspectiva cualitativa, basada en principios éticos universales y las valoraciones obtenidas a través de la participación y la información pública.

El diagnóstico ambiental permite a la organización, desde un primer momento (Cruz Mínguez, Gallego Martín y González de Paula, 2009):

- Conocer su desempeño medioambiental (todas las prácticas y procedimientos existentes relativos a la gestión ambiental).
- Averiguar los impactos directos e indirectos, identificar su manifestación sobre el medio y medir su gravedad (o su contribución, en caso de que sean positivos).
- Localizar las causas de los impactos y los agentes implicados.
- Detectar áreas de mejora y posibilidades de intervención.
- Evaluar su grado de responsabilidad sobre los impactos directos e indirectos y la capacidad de influencia.
- Averiguar la percepción del problema por parte de agentes implicados, de la Administración y de la población en general; la sensibilidad ante el mismo; y la disposición a presionar y participar en su solución.
- Detectar riesgos, amenazas y oportunidades.
- Valorar el coste de los impactos, así como de la adopción de medidas para evitarlos o mitigarlos.
- Verificar el cumplimiento de la normativa.

Existe una serie de aspectos genéricos que se evalúan en todo diagnóstico ambiental, como el consumo de materias primas, energía y agua, las emisiones de contaminantes y la generación de residuos, a los que la organización puede añadir otros problemas específicos de su actividad. EMAS ofrece documentos de referencia sectoriales⁵, con ejemplos de buenas prácticas e indicadores que pueden servir a la organización a la hora de llevar a cabo esa evaluación, de comparar sus resultados con el de otras empresas, así como de tener una referencia cuando diseñe las iniciativas de mejora.

Además de conocer el impacto ambiental directo producido por su actividad, las empresas han de averiguar sus impactos indirectos, que pueden tener su origen «aguas arriba» (vinculados a la producción de los bienes y servicios usados por la organización) o «aguas abajo» (vinculados al uso de los productos o servicios por los clientes de la organización).

El diagnóstico permite a la organización conocer su impacto y determinar si sus actuaciones son o no aceptables desde un punto de vista ambiental.

⁵ Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), «Sectoral Reference Documents». Extraído de: http://ec.europa.eu/environment/emas/emas_publications/sectoral_reference_documents_en.htm.

EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES

La externalización de los negocios en las últimas décadas ha dado lugar al establecimiento de cadenas de suministro complejas y globales. Esto ha puesto la actividad de los proveedores en el foco de mira de las empresas, sobre la que se entiende que pueden influir y, por tanto, forma parte de su responsabilidad.

La evaluación permite, mediante el uso de medios como cuestionarios o inspecciones, conocer el impacto (ambiental) de su operativa y de los productos o servicios adquiridos. A partir de la información obtenida, es posible **aplicar criterios ambientales a las compras y a la contratación** de proveedores y, con ello, minimizar el impacto de la cadena de suministro en el entorno. La evaluación puede ser también un espacio para establecer el diálogo con estos *stakeholders*, a fin de sugerir o acordar mejoras que permitan a los proveedores implementar las mejores prácticas ambientales y cumplir con los requisitos de la organización. La profundidad de la evaluación y el nivel de exigencia a los proveedores variará en función del impacto ambiental de su actividad, así como de la capacidad de influencia en el negocio.

Los beneficios de esta práctica para la empresa son numerosos y entre ellos destacan la mejora de las relaciones, la reducción de costes, el aumento de la calidad del producto, el cumplimiento de las expectativas de los consumidores y de la legislación, y la reducción de riesgos y de posibles escándalos reputacionales.

Fuente: CSR Compass, «Responsible supply chain management». Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <http://www.csrcompass.com/responsible-supply-chain-management>.

ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA (DE LA CUNA A LA TUMBA)

El análisis del ciclo de vida (ACV) es una herramienta de diseño que investiga y evalúa los impactos ambientales de un producto o servicio durante todas las etapas de su existencia: extracción, producción, distribución, uso y fin de vida. La evaluación se realiza mediante la cuantificación del uso de recursos («entradas» como energía, materias primas y agua) y emisiones ambientales («salidas» al aire, agua y suelo) asociados con el producto, proceso o actividad objeto de evaluación.

Fuente: Conservación Et Carbono, «Análisis del Ciclo de Vida ISO 14040». Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <http://www.conservacionycarbono.com/analisis-del-ciclo-de-vida-iso-14040>.

El diagnóstico exige la evaluación de los impactos en sus múltiples dimensiones (económica, financiera, social, ambiental, técnica, estética, cultural, institucional, etc.).

Una vez identificados y priorizados los asuntos, se procede a la fijación de objetivos y el diseño de las líneas de acción.

Con la evaluación de los impactos se busca conocer su contribución (en caso de que sean positivos) o su gravedad (si son negativos) en sus múltiples dimensiones (económica, financiera, social, técnica, estética, cultural o de percepción, institucional, etc.). Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, no se medirá únicamente el impacto material en el medio, sino que también se tendrá en cuenta de qué manera contribuirá o afectará a la vida de las comunidades (por ejemplo, las posibles consecuencias sobre el empleo, la salud, el acceso a agua y a comida o la innovación). En este sentido, es necesario valorar la contribución o gravedad del impacto aunando una base cuantitativa (medición científica del impacto y de sus efectos) con una base cualitativa (aceptación o preocupación que despierta en la sociedad). El «contexto de sostenibilidad» (los temas que mayor preocupación generan en materia ambiental) se puede conocer a través de las consultas a los grupos de interés, además de poder utilizar información pública y las líneas propuestas por los organismos relevantes a nivel nacional e internacional⁶.

La evaluación persigue, en último término, determinar la admisibilidad de los impactos: hasta qué punto puede permitirse que éstos se produzcan o continúen produciéndose. Esta información contribuirá a priorizar los asuntos posteriores al diagnóstico, atendiendo a la magnitud del impacto y a la capacidad de influencia de la organización ya identificados. Del mismo modo, del diagnóstico deberían salir el conjunto de iniciativas que la organización puede implementar para mejorar. Así, una vez identificados y priorizados los asuntos, se procede a la fijación de objetivos y el diseño de las líneas de acción, con vistas a evitar, disminuir y contrarrestar los efectos adversos por un lado, y a multiplicar las contribuciones positivas, por el otro.

⁶ El marco más relevante a nivel global desde finales de 2014 lo componen los ODS, que identifican como temas clave: el agua (#6), la energía (#7), las infraestructuras (#9), el consumo responsable (#12), el cambio climático (#13), la vida terrestre (#14) y la vida marina (#15), que pueden afectar en mayor o menor medida a nuestra organización en función del ámbito de actividad.

4.3. EL DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El diálogo con los grupos de interés ocupa un lugar destacado dentro de la gestión responsable, como mecanismo de identificación de sus expectativas e integración de las mismas en la estrategia de la compañía. En materia de medioambiente, la incorporación de canales de comunicación tiene que estar dirigida a identificar los riesgos que la actividad de la empresa puede tener en el entorno; a definir los asuntos materiales; a evaluar el desempeño, a comunicar los objetivos, actuaciones y logros de la compañía; y a recibir las peticiones y reclamaciones de los colectivos involucrados.

El diálogo se realiza con los colectivos más destacados del ámbito medioambiental, así como con colectivos particulares que puedan verse afectados, y para llevarlo a cabo es posible servirse de vías como:

- El buzón de sugerencias y el correo electrónico (puede ser uno específico de medioambiente).
- Información pública e informes *ad hoc*.
- Encuestas y consultas públicas.
- Participación en foros medioambientales, encuentros y paneles de expertos.
- Proyectos de colaboración.
- Evaluaciones y calificaciones de terceros (entre los que destacan los analistas de inversión socialmente responsable).

Un diálogo exitoso requiere establecer un clima de confianza, para lo que no es suficiente ofrecer a las partes interesadas canales a través de los cuales presentar sus preocupaciones. Además de eso, es necesario desarrollar acciones de prevención o de reparación que pongan de manifiesto que la organización está teniendo en cuenta estas preocupaciones (mecanismos de respuesta).

El diálogo con los grupos de interés es un mecanismo de identificación de sus expectativas e integración de las mismas en la estrategia de la compañía.

MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL

La incorporación de mecanismos de reclamación es una práctica cada vez más frecuente que permite a los colectivos locales afectados (o posiblemente afectados) por la actuación de la compañía **interponer una queja de manera formal** y dota a la organización de los procedimientos necesarios para registrar, aceptar, evaluar y dar solución a la misma. Parte fundamental de estos mecanismos es que todo el proceso, desde la recepción hasta la respuesta, tiene personal responsable asignado y queda documentado. Esto favorece la transparencia y credibilidad del proceso y la conformidad, justicia, efectividad y durabilidad de los resultados. La utilidad de estos mecanismos se ve reforzada si su establecimiento es temprano, como una medida para prevenir, en lugar de reaccionar ante la escalada de tensiones con las comunidades afectadas. Asimismo, es fundamental que este establecimiento venga acompañado de herramientas de medición y seguimiento que permitan conocer el grado de cumplimiento de los compromisos acordados.

Fuente: Mining Association of Canada (MAC) (2015), *Mecanismos de reclamación y respuesta comunitaria en el lugar*. Extraído de: <http://mining.ca/sites/default/files/documents/Site-Level-Grievance-Guide-Spanish.pdf>.

4.4. EL PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL

El plan de gestión ambiental permite a la organización fijar los objetivos que quiere alcanzar en materia ambiental y la manera de conseguirlos, así como las herramientas, indicadores y criterios que utilizará para evaluar la consecución de resultados.

La primera parte del plan se desarrolla, a nivel formal, a través del establecimiento de un documento director, en el que se incluyen la estrategia y el programa de actuación. Este plan director se puede acompañar de una política de medioambiente, un documento corporativo público que expresa los compromisos y la orientación de la organización en materia medioambiental y que constituye el marco de actuación desde el que se fijan las metas y los objetivos. Es por ello que debe adoptarse desde la alta dirección y revisarse periódicamente. En el caso de las pymes, aunque el menor tamaño de la organización y de los proyectos no suele hacer necesaria una publicación de este tipo, es conveniente que la organización establezca sus compromisos y prioridades en materia medioambiental. Esto será de gran ayuda a la hora de diseñar e implementar el plan, cuyo objetivo es traducir las líneas maestras de la política o los compromisos genéricos en metas y medidas concretas que puedan ponerse en práctica en el día a día de la organización.

Es conveniente que, antes de actuar, la organización establezca sus compromisos y prioridades en materia medioambiental.

Es fundamental acompañar el plan de herramientas de gestión con las que definir los procedimientos, asignar responsabilidades, presupuestos y plazos, y establecer los criterios de evaluación y los incentivos.

Respecto al grado de concreción del plan, éste debe contar con objetivos «SMART» (del inglés *specific, measurable, achievable, result-oriented and time-limited*, lo que podría traducirse en español como 'específico, medible, alcanzable, orientado a resultados y con fecha límite de ejecución'). Ello será de gran ayuda para que las acciones puedan llevarse a cabo. Además, es fundamental que esté dotado de herramientas de gestión basadas en definir los procedimientos; asignar responsabilidades, presupuestos y plazos, y establecer los criterios de evaluación y los incentivos.

Es frecuente que la implementación de un plan de gestión ambiental se acompañe de un sistema de gestión ambiental (SGMA), aunque esto depende, de nuevo, del tamaño y la complejidad de los proyectos de la organización. Los SGMA permiten integrar, conforme a regulaciones como el EMAS (sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales) o la norma ISO 14001, la prevención de daños medioambientales en toda la organización y garantizan el cumplimiento de la normativa medioambiental. Asimismo, estos sistemas ofrecen otros beneficios, como la ampliación del conocimiento interno de la organización; el incremento de la calidad y la eficiencia de los procesos; la detección de oportunidades de negocio y la introducción de innovaciones medioambientales que multipliquen la competitividad; la mejora del desempeño, al involucrar a los empleados y estrechar las relaciones con los *stakeholders*, y, en caso de que una entidad externa los certifique, la potenciación de la imagen y la reputación corporativa de la organización (Darnall y Edwards, 2006).

EL EMAS Y LA ISO 14001 REVISADA

En 2015, se publicó oficialmente la nueva ISO 14001, que concentra los requisitos derivados de las distintas normas en un sistema integrado de gestión con el fin de **reforzar la integración ambiental de la actividad de la organización**. El documento revisado pone mayor énfasis en la comprensión de la organización y su contexto, y de las necesidades y expectativas de las partes interesadas, y se centra, además, en la demostración de liderazgo y compromiso por parte de la alta dirección, la determinación de riesgos y oportunidades, y la definición de los aspectos medioambientales y sus impactos asociados desde una perspectiva del ciclo de vida de la organización, en consonancia con el enfoque integral y sostenible de la gestión medioambiental.

Con la revisión de la norma, la ISO (Organización Internacional para la Normalización) pretendía ofrecer un conjunto de requisitos comunes y estables que pudieran ponerse en práctica durante, al menos, los próximos diez años. La Comisión Europea adoptará el Reglamento EMAS para incluir los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión ambiental de conformidad con la nueva ISO 14001, los cuales recoge en su anexo II.

Fuente: Comisión Europea (2016). «EMAS y la ISO 14001 revisada». Extraído de: <http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/factsheets/ISO-14001.ES.pdf>.

Una parte fundamental de los SGMA es el concepto de «mejora continua», que debe aplicarse igualmente a la gestión ambiental aunque no se disponga de un sistema de gestión. Este concepto exige realizar una evaluación periódica de las actuaciones y de los mecanismos implementados que permita conocer si tanto los medios como los resultados son los adecuados, con el objetivo de determinar las rectificaciones necesarias que constituirán la nueva planificación y el nuevo programa de acción.

4.5. EL PROGRAMA DE ACCIÓN

Se compone del conjunto de actuaciones con las que la empresa garantiza el uso eficiente de los recursos y la protección del medioambiente, de conformidad con los objetivos de sostenibilidad y la capacidad de carga del planeta. Tal como veíamos anteriormente, estas medidas tienen su origen en el diagnóstico ambiental y se consolidan a través de un plan de gestión ambiental, junto con los planes de seguimiento y contingencia.

Las acciones del programa se implementan siguiendo la jerarquía de mitigación, es decir, se dirigen (por este orden) a la prevención, el control, la atenuación, la restauración y la compensación de los impactos ambientales negativos generados por la actividad de la empresa, tanto de manera directa (a través del desarrollo de proyectos, los procesos productivos y las operaciones) como indirecta (por medio de los proveedores y del uso de los bienes y servicios que la organización ofrece). Entre estas actuaciones, también tienen cabida todas aquellas iniciativas y buenas prácticas que permiten mejorar la calidad de vida de las comunidades, así como la de su entorno.

LA JERARQUÍA DE MITIGACIÓN

Un requisito básico del programa de acción es el cumplimiento de la jerarquía de mitigación, que establece las pautas básicas que han de llevarse a cabo en el desarrollo de cualquier acción que pueda ocasionar daños medioambientales:

1. **Evitar:** es necesario aplicar el principio de prevención y tomar las medidas necesarias con antelación para evitar que llegue a producirse el daño ambiental. Esto precisa conocer los riesgos de un proceso que aún no se ha ejecutado o los impactos de aquel que ya está en funcionamiento para poder diseñar alternativas que no produzcan resultados negativos en el entorno.
2. **Minimizar:** llegado el caso de que no sea posible evitar el daño por completo, es necesario reducir dicha afección al mínimo. Estas medidas se centran principalmente en limitar la envergadura o duración del proceso, proyecto o servicio para disminuir de manera proporcional el impacto asociado al mismo.
3. **Reparar:** una vez minimizado el daño, es necesario corregir la perturbación de las áreas afectadas para intentar que éstas vuelvan a su estado original.
4. **Compensar:** es necesario contrarrestar los daños que no se han podido reparar.

Fuente: Business and Biodiversity Offsets Program (2012), «Mitigation Hierarchy». Fecha de último acceso: diciembre 2016. Extraído de: http://bbop.forest-trends.org/pages/mitigation_hierarchy.

Entre las medidas que integran un programa de acción, podemos encontrar:

- Relacionadas con la prevención:
 - Optimización del uso de materias primas, a través de la reducción del consumo y la recuperación de materiales, así como de la sustitución de materiales de gran impacto por otros en los cuales éste sea menor.
 - Ahorro energético, a través de la utilización de energías renovables y el aumento de la eficiencia tecnológica.
 - Minimización del uso de recursos y eficiencia en la producción y la construcción.
 - Aprovechamiento de las sinergias entre los procesos productivos y negocios, y creación de alianzas con otras empresas.
 - Empleo de elementos naturalmente presentes en el medio en lugar de hacer uso de tecnologías artificiales.
 - Realización de procesos no invasivos en los ecosistemas, junto con actuaciones para su protección y conservación.
 - Diseño de productos o servicios respetuosos con el medioambiente en todas las etapas de la vida de la organización.
- Relacionadas con la mitigación:
 - Empleo de tecnologías *end-of-pipe* (EOP), que gestionan los contaminantes sólidos, líquidos - gaseosos ya generados para impedir o disminuir su descarga al medio y limpiar éste en caso de que se produzca un vertido. Estas tecnologías se relacionan con la recuperación, selección, preparación para la reutilización, reciclaje, almacenamiento, aislamiento, valorización energética y eliminación de los residuos, así como con la depuración y limpieza del terreno, agua o aire contaminados. Los residuos peligrosos (tóxicos o radioactivos) deben recibir un tratamiento específico.
 - Restauración de la biodiversidad y la funcionalidad de los ecosistemas que se encuentran en proceso de degradación o que ya se han degradado. En caso de que no se pueda intervenir directamente sobre el ecosistema afectado, se puede optar por llevar a cabo un proceso de compensación en un área ecológicamente equivalente, con vistas a lograr una pérdida neta de suma cero.

Las acciones del programa gestionan los impactos negativos siguiendo la jerarquía de mitigación, y los positivos, mediante iniciativas y buenas prácticas que permiten mejorar la calidad de vida de las comunidades.

- Compensación de la huella de carbono: realizar una inversión en proyectos de absorción de carbono que contrarresten el volumen de emisiones generadas por la organización para neutralizar la huella dejada por ésta. La inversión se lleva a cabo a través de la compra de créditos de carbono destinados a proyectos de captación de CO2 (por ejemplo, por medio de la reforestación) o que eviten su emisión (por medio del ahorro energético, la sustitución de combustibles fósiles por energías renovables, el tratamiento de residuos o el freno a la deforestación).

Junto a las medidas que gestionan el impacto causado por la organización, se ha de pensar en la implantación de aquellas que eviten contribuir al impacto de otras organizaciones.

Junto con este tipo de medidas que gestionan el impacto causado por la organización, se ha de pensar además en la implantación de aquellas que eviten contribuir al impacto de otras organizaciones. Este tipo de medidas consiste en que, a la hora de realizar una selección de los proveedores, se procure adquirir productos más ecológicos y dar preferencia a los proveedores que cuenten con un mayor nivel de integración de la protección ambiental en sus procesos. Cuando se realicen inversiones, se buscará aplicar criterios ESG (inversión socialmente responsable, por sus siglas en inglés) como vía para incentivar las buenas prácticas ambientales, sociales y de buen gobierno. Asimismo, se puede prestar apoyo a aquellas iniciativas que difundan los valores de respeto y cuidado al medioambiente dentro de la comunidad empresarial o en la sociedad en general y que fomenten las buenas prácticas. Por último, las acciones que la organización lleve a cabo deben contemplar la formación y sensibilización de los empleados (y otros grupos de interés), para que aprendan a aplicar el principio de prevención en su día a día y utilicen los recursos y tecnologías puestos a su disposición de la manera más eficiente posible.

El programa de acción no tiene por qué implementarse únicamente a través de la organización. Uno de los puntos clave para su éxito radica en la implicación de otros actores, especialmente de aquellos que guardan relación con sus impactos y sobre los que la organización tiene capacidad de influencia: los proveedores y los consumidores. También es importante colaborar con las administraciones públicas, así como con entidades sin ánimo de lucro, organizaciones civiles o asociaciones empresariales, por medio de la construcción de alianzas que permitan alcanzar unos objetivos compartidos de mayor dimensión. En materia de sostenibilidad, existen diversos ejemplos que ilustran a la perfección la conciencia corporativa en este terreno. A nivel internacional, encontramos el Pacto Mundial de Naciones Unidas (de los 10 Principios que lo componen, el séptimo, el octavo y el noveno están dedicados al medioambiente), el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (CEMDS, World Business Council for Sustainable Development, WBCSD en inglés) o la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES), y, en España, sobresalen Forética y el Club de Excelencia en Sostenibilidad. Asimismo, existen alianzas y acciones empresariales estratégicas centradas en temas de medioambiente concretos, como CEOs Climate Leadership Group (del Foro Económico Mundial), Water, Sanitation and Hygiene (WASH, por sus siglas en inglés; de WBCDS), Caring for Climate (Pacto Mundial de Naciones Unidas, CMNUCC y PNUMA), We Mean Business, el Grupo Español de Crecimiento Verde, el Pacto por la Biodiversidad (de la Fundación Biodiversidad) o el Clúster de Cambio Climático (de Forética).

4.6. EVALUACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

La evaluación, como parte del proceso de mejora continua, permite identificar, documentar y analizar los errores de planificación o de implementación y rectificar sus causas.

La gestión del medioambiente precisa realizar un doble seguimiento: por un lado, de los impactos que está teniendo la organización y, por otro, de la adecuación de los objetivos y el correcto funcionamiento de las herramientas y acciones puestas en marcha. El segundo será consecuencia del primero, ya que, como venimos señalando, el objetivo de la gestión ambiental es que la organización pueda hacerse cargo de sus impactos, para lo que necesita tenerlos identificados y conocer su evolución. El signo positivo (o negativo) de la evolución, así como la consecución de los resultados, permite a la organización saber si está llevando a cabo la gestión ambiental de manera adecuada. La evaluación, como parte del proceso de mejora continua, permite identificar, documentar y analizar los errores de planificación o de implementación y rectificar sus causas.

Asimismo, el proceso de evaluación permite hacer un balance de los logros (y fracasos) de la organización, una información que resulta ser de gran relevancia para los grupos de interés. Las demandas públicas de transparencia, el interés gubernamental y financiero, y el aumento de la atención mediática a los asuntos medioambientales han conducido a la proliferación de iniciativas voluntarias u obligatorias que promueven que la empresa divulgue este tipo de información no financiera (KPMG, 2016), lo que puede entrañar diferentes oportunidades o riesgos para su reputación.

LA DIRECTIVA EUROPEA DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

En 2017 entró en vigor la Directiva Europea de Divulgación de Información No Financiera, por la que las mayores empresas cotizadas tendrán que informar anualmente sobre cuestiones como el impacto medioambiental y, cuando corresponda, los efectos sobre la salud y seguridad, los gases de efecto invernadero, el uso de energías renovables, el agua y la contaminación atmosférica.

Fuente: Parlamento Europeo y Consejo De La Unión Europea (22 de octubre de 2014), Directiva 2014/95/UE. Extraído de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>.

La diversidad de iniciativas conlleva que no exista un modelo único al respecto. La información medioambiental puede presentarse en un informe específico, en el denominado «informe de sostenibilidad», o como parte del informe anual o del informe integrado. Tampoco existe un acuerdo en cuanto a los asuntos sobre los que debe informarse, si bien las guías de referencia para la publicación de información acerca de la sostenibilidad (como ISO 26000, UN Guiding Principles Reporting Framework o las elaboradas por Global Reporting Initiative) concuerdan en la importancia de priorizar los asuntos más relevantes para las empresas, los accionistas y la sociedad en su conjunto. En este sentido, la elección de los temas y la información que se darán a conocer debe guiarse por el principio de materialidad.

LOS ESTÁNDARES GRI

Global Reporting Initiative (GRI), institución independiente dedicada al establecimiento de guías de elaboración para las memorias de sostenibilidad, introdujo en 2016 los «estándares GRI», de aplicación a partir de enero de 2018. Estos estándares contemplan una serie de contenidos e indicadores que las organizaciones pueden utilizar a modo de guía para informar sobre sus asuntos materiales, los impactos que se derivan de éstos y la manera en que se están gestionando. La serie 300 contiene los estándares para informar sobre los impactos materiales de la organización en materia medioambiental, contemplando indicadores sobre el uso de materiales, energía y agua, la biodiversidad, las emisiones, los vertidos y residuos, el cumplimiento normativo y la evaluación de proveedores.

Fuente: Global Reporting Initiative (2016), «Getting started with the GRI standards». Fecha de último acceso: diciembre 2016. Extraído de: <https://www.globalreporting.org/standards/getting-started-with-the-gri-standards/>.

El principio de materialidad tiene su origen en el mundo de la auditoría y establece que los resultados contables deben presentarse siguiendo un orden basado en su importancia relativa por el que considerarán materiales aquellos asuntos de mayor relevancia. Un hecho económico es material cuando, debido a su naturaleza o cuantía y a su conocimiento o desconocimiento, teniendo en cuenta las circunstancias que lo rodean, puede alterar significativamente las decisiones económicas de los usuarios de la información (Cuellar Mejía, 2003). Cuando aplicamos este principio al medioambiente, los asuntos materiales se corresponden con aquellos que más afectados se ven por la actividad de la empresa y, por ello, son los prioritarios a la hora de rendir cuentas, puesto que pueden influir en las decisiones y manera de actuar de los grupos de interés.

El principio de materialidad permite priorizar los asuntos a la hora de rendir cuentas, en función de su influencia sobre las decisiones de los grupos de interés.

EL ETIQUETADO AMBIENTAL

Además de por medio de los informes corporativos, en los que la organización rinde cuentas por la totalidad de su actividad, existe la posibilidad de comunicar información de los productos a través de las etiquetas. El objetivo es ofrecer información relevante sobre su ciclo de vida para satisfacer la demanda de información por parte de los consumidores y estimular la demanda de aquellos productos y servicios con menores cargas ambientales. Hay ciertas etiquetas que son obligatorias y su uso está definido por la legislación aunque, no obstante, se trata en su mayoría de sistemas voluntarios. Existen tres tipos de etiquetas ecológicas:

1. **TIPO I. Ecoetiquetas:** son certificadas por una tercera parte imparcial e independiente, que concede etiquetas a aquellos productos medioambientalmente preferibles, frente a otros similares que pertenezcan a una misma categoría, por tener un menor impacto sobre el medioambiente. A nivel europeo, existe la Etiqueta Ecológica Europea (EEE), que coexiste en muchos Estados miembros con sistemas nacionales aplicables únicamente a productos de esa región o país.
2. **TIPO II. Autodeclaraciones ambientales:** se trata de información que ofrecen los propios fabricantes, sin necesidad de contar con una certificación otorgada por una parte independiente. Puede aparecer en forma de enunciados, símbolos o gráficos, y referirse al producto, al componente o al envase.
3. **TIPO III. Declaraciones ambientales de producto (DAP):** propias del sector industrial, proporcionan información cuantificada sobre el desempeño ambiental de un producto, un material o un servicio. Emplean parámetros basados en la metodología de análisis de ciclo de vida (ACV), de forma que valoran el impacto ambiental a lo largo del ciclo de vida del bien, así como otras informaciones relacionadas con aspectos ambientales. Son verificadas por los Administradores de Programa, es decir, un organismo que gestiona un programa de declaraciones ambientales de tipo III.

Fuente: Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía, «Etiquetado ambiental». Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de:
<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/portalweb/>

5. CONCLUSIONES

La nueva ruta hacia el desarrollo sostenible otorga un gran peso al sector privado, al que se demanda actuar no sólo como generador de valor económico, sino también como promotor de valores sociales y ambientales. En particular, la protección del entorno y la prevención de los impactos ambientales se han convertido en un deber legal y moral para las empresas, pero también suponen la introducción de una estrategia y de una filosofía de gestión beneficiosa que multipliquen la eficiencia y promuevan la implicación de todas las partes interesadas.

La transformación hacia modelos de producción y consumo sostenibles es ya ineludible: no queda actividad empresarial ni sector que pueda escapar de la evidente incompatibilidad entre los procesos lineales de nuestra tecnosfera y los procesos cíclicos de la biosfera. Las posibilidades de sufrir las consecuencias negativas de la degradación del medioambiente son cada vez mayores, tanto para el conjunto de la ciudadanía como para las corporaciones. Sin embargo, al tiempo que se han ido disparando estas alarmas, la comunidad internacional también ha comenzado a movilizarse a través de la financiación, el estímulo de la demanda, la inversión, la innovación y el consumo responsables, así como de la creación de nuevos espacios para la colaboración. En el contexto actual, la gestión medioambiental puede suponer para las empresas un gran reto, pero, también, una fuente de oportunidades.

Por todo ello, la proactividad y la anticipación a la hora de abordar los asuntos medioambientales jugarán un papel clave, y las empresas que antes se adapten al nuevo contexto de la sostenibilidad serán las que se encontrarán más preparadas para hacer frente a los mayores desafíos de nuestro siglo y para poder superarlos.

La nueva ruta hacia el desarrollo sostenible demanda al sector privado actuar no sólo como generador de valor económico, sino también como promotor de valores sociales y ambientales.

Las empresas que antes se adapten al nuevo contexto de la sostenibilidad serán las que mejor preparadas se encuentren para hacer frente a los desafíos de nuestro siglo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea General de las Naciones Unidas (28 de octubre de 1982), «Carta Mundial de la Naturaleza» (A/RES/37/7). Extraído de: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/37/7&Lang=S>.
- Attfield, R., «La ética ambiental y la sostenibilidad global», en H. A. M. J. ten Have (ed.), *Ética ambiental y políticas internacionales*, pp. 75-95, París, Ediciones UNESCO, 2010. Extraído de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001873/187309s.pdf>.
- Babiak, K., y S. Trendafilova, «CSR and Environmental Responsibility: Motives and Pressures to Adopt Green Management Practices», *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(1) (2011), pp. 11-24.
- Bansal, P., y K. Roth, «Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness», *The Academy of Management Journal*, 43(4) (2000), pp. 717-736.
- Bermejo Gómez de Segura, R., *Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*, Bilbao, Hegoa, 2014. Extraído de: http://publ.hegoa.efaber.net/assets/pdfs/315/Sostenibilidad_DHL.pdf?1399365095.
- Campbell, J. L., «Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility», *Academy of Management Review*, 32(3) (2007), pp. 946-967.
- Cruz Mínguez, V.; Gallego Martín, E., y L. González de Paula, *Sistema de evaluación de impacto ambiental*, 2009. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <http://eprints.ucm.es/9445/1/MemoriaEIA09.pdf>.
- Cuéllar Mejía, G. A., *Importancia relativa o materialidad*, 2003. Fecha de último acceso: diciembre 2016. Extraído de: <http://fceca.unicauca.edu.co/old/tgarf/tgarfse152.html>.
- Darnall, N., y D. Edwards Jr., «Predicting the Cost of Environmental Management System Adoption: The Role of Capabilities, Resources and Ownership Structure», *Strategic Management Journal*, 27(2) (2006), pp. 301-320.
- Durán Romero, G., «Empresas y gestión ambiental en el marco de la responsabilidad social corporativa», *Economía industrial*, 371 (2009), pp. 129-138.
- Flammer, C., «Corporate Social Responsibility and Shareholder Reaction: The Environmental Awareness of Investors», *Academy of Management Journal*, 56(3) (2013), pp. 758-781.
- Forética (2015), *Escenario post COP 21: un llamamiento para las empresas. Siete claves de actuación en cambio climático tras el Acuerdo de París*. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: http://foretica.org/cop21_cambioclimatico_siete_claves.pdf.
- Francés, P., «Responsabilidad social de las empresas: fundamentos y enfoque de la gestión responsable», *Cuadernos Forética* (2005). Extraído de: http://www.foretica.org/wp-content/uploads/2016/01/cuaderno_foretica_1_responsabilidad_social_empresa.pdf.
- Hoffman, W. M. «Business and environmental ethics», *Business Ethics Quarterly*, 1 (1991), pp. 169-184.
- Kagan, R. A.; Thornton, D., y N. Gunningham, «Explaining Corporate Environmental Performance: How Does Regulation Matter?», *Law & Society Review*, 37(1) (2003), pp. 51-90.
- KPMG, Global Reporting Initiative, United Nations Environment Programme y Centre for Corporate Governance in Africa (2016), *Carrots & Sticks: Global Trends in Sustainability Reporting Regulation and Policy*. Extraído de: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/carrots-and-sticks-may-2016.pdf>.

- Lecaros Urzúa, J. A., «La ética medio ambiental: principios y valores para una ciudadanía responsable en la sociedad global», *Acta bioethica*, 19(2) (2013), pp. 177-188.
- Lee, K., y R. Ball, «Achieving Sustainable Corporate Competitiveness: Strategic Link between Top Management's (Green) Commitment and Corporate Environmental Strategy», *Greener Management International*, 44(2003), pp. 89-104.
- Lozano, R., «A Holistic Perspective on Corporate Sustainability Drivers», *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22 (1) (2015), pp. 32-44.
- Meadows, D. H. et al., *Los límites del crecimiento: informe al Club de Roma sobre el predicamento de la Humanidad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1972.
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) (s. d.), *¿Qué es el cambio climático y cómo nos afecta?* Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <http://www.mapama.gob.es/es/cambio-climatico/temas/que-es-el-cambio-climatico-y-como-nos-afecta>.
- Ohliger, T., «La política de medio ambiente: principios generales y marco básico», 2016. Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.4.1.html.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1992), *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*, Nueva York. Extraído de: <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (3 al 14 de junio de 1992), *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Río de Janeiro*. Extraído de: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1973), *Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano*, Estocolmo, 5 a 16 de junio de 1972, Nueva York. Extraído de: <http://www.dipublico.org/conferencias/mediohumano/A-CONF.48-14-REV.1.pdf>.
- Pérez Serrano, J., y C. Gómez Gómez, «Historia y ecohistoria ante la crisis ambiental», 1999. Extraído de: <http://www2.uca.es/grup-invest/geha/jps/pdf/madeira.pdf>.
- Remacha Recio, M., «Liderazgo responsable. El papel del directivo en el impulso de la RSC», *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 30 (abril de 2016). Extraído de: <http://www.iese.edu/Aplicaciones/upload/ST0398.pdf>.
- Schmidheiny, S., y el Business Council for Sustainable Development, *Changing Course: A Global Business Perspective on Development and the Environment*, Boston (Massachusetts), The MIT Press, 1992.
- United Nations Environment Programme (UNEP) (2012), *The Business Case for the Green Economy. Sustainable Return on Investment*. Extraído de: https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/upcoming/RioCSF/partner_deliverables/The_Business_Case_%20for_The_Green_Economy.pdf.
- United States Environmental Protection Agency (EPA) (2016), «Learn About Sustainability». Fecha de último acceso: diciembre de 2016. Extraído de: <https://www.epa.gov/sustainability/learn-about-sustainability>.
- Vázquez Manzanares, V. M., «Externalidades y medioambiente», *Revista Iberoamericana de Organización de Empresas y Marketing*, 2 (diciembre de 2014). Extraído de: www.eumed.net/rev/ibemark/02/medioambiente.html.
- Whelan, T., y C. Fink, «The Comprehensive Business Case for Sustainability», *Harvard Business Review* (21 de octubre de 2016). Extraído de: <https://hbr.org/2016/10/the-comprehensive-business-case-for-sustainability>.
- World Commission on Environment and Development (WCED) (1987), *Our Common Future (Informe Brundtland)*, Ginebra, Organización de las Naciones Unidas. Extraído de: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>.

