

Cambios de mentalidad empresarial para mejorar la sustentabilidad del planeta

Cansados por el esfuerzo que genera poner en marcha un sistema de producción que malgasta la energía y vínculos con la sola idea de mejorar la rentabilidad cueste lo que cueste, los ingresos y las alzas de la bolsa de mercados. Los líderes empresarios comenzaron a trabajar en la utilización de un nuevo paradigma en el universo de los negocios.

El nuevo paradigma esta munido de espiritualidad. Desplaza hacia atrás el espíritu materialista de los negocios e impulsa hacia delante una actitud de servicio al cual le importa tanto lo físico como lo psíquico, como cada uno de los seres y las partículas que dan origen a este mundo. Consideran, con firmeza, en una vieja idea que manifiesta que para demostrar la influencia que tiene cada acción vegetal, animal y humana sobre la totalidad, hay que manejar el concepto: Cuando una mariposa bate la alas en Pekín, repercute en la ciudad de México.

El problema es el hecho de que nos hemos rodeado de productos cada vez más extraños a nuestra propia creatividad. Debido a una tecnología cada vez más sofisticada, los seres humanos se están rodeando de un número creciente de elementos extraños. Nos despertamos por la mañana, accionamos un interruptor y de algún modo se enciende una luz, tiramos de la cadena y cae el agua, hacemos girar una llave y el coche arranca. Tanto en las cuestiones importantes como en nuestra vida cotidiana nos hemos hecho cada vez más dependientes de cosas que sólo conocemos vagamente. Al estar desvinculados de las cosas a las cuales dimos origen, nuestro comportamiento de unión con el mundo quedo gravemente dañado, es decir, nos hemos apartado tanto de la naturaleza que lo natural nos resulta extraño.

El paradigma que emerge se basa en el reconocimiento del valor de la conciencia de cada ser humano, en el saber que existe la posibilidad de realizar negocios aprovechando de nosotros la sabiduría más profunda y reconectados con la conciencia propia, de los otros, de cada ecosistema y del planeta. Es tiempo de responsabilizarnos por nosotros, por los demás y por el hábitat.

No todo se modifica con aplicar tecnologías de punta, y en algunos casos ni siquiera se requiere utilizar procesos complejos y equipos muy costosos. La naturaleza abunda en soluciones posibles de aprovechar o imitar pues ofrece a los seres vivos toda una gama de oportunidad para satisfacer sus necesidades: alimentarse, cobijarse, echar raíces, invernar. Una especie vegetal o animal nunca agota todas las posibilidades; sucede que a lo largo de la evolución cada especie se ha amoldado a determinadas condiciones de su ambiente. La especialización está dirigida con tal exactitud a las particularidades del entorno, que cada una de las especies encaja perfectamente en un papel determinado por la Naturaleza. Esta naturaleza es un libro de sabiduría que muchas veces es atropellada, desvalorizada e ignorada por el olvido y la soberbia que afectan a los habitantes de la tierra. Debe comprenderse que las respuestas están allí para cada una de las preguntas o dudas que la gente tiene. Para saber aprovechar esta poderosa fuerza que nos muestra el qué, el cómo y el para qué de los diferentes procesos biológicos que suceden sin que nos demos cuenta, hay que detenerse a mirarla.

En los albores del siglo XXI, los sistemas de gestión ambiental son cada vez más sofisticados. Las estrategias, métodos y prácticas ambientales, pasando del cumplimiento reglamentario a enfoques más proactivos respecto de la minimización de residuos y la integración de cuestiones ambientales e inquietudes sociales en la estructura estratégica de las compañías. Muchas de las compañías más grandes del mundo han reducido significativamente las corrientes de residuos durante la década de 1990. No obstante dicho éxito, clientes, interesados y gobiernos exigirán éxitos muchos más importantes en los próximos diez años.

Para que las regulaciones promuevan la innovación y la productividad de los recursos, éstas deben:

- Concentrarse en el resultado, no en la tecnología.
- Promulgar normas estrictas.
- Regular las fases más cercanas posibles al usuario final, y al mismo tiempo fomentar las soluciones en las primeras etapas del proceso.
- Establecer períodos de transición.
- Hacer que el proceso normativo sea más estable y previsible.
- Las empresas deben participar en la elaboración de normas desde el principio.

-Mejorar los conocimientos técnicos de quienes dictan las normas.

Los que deben dar fuerza a la idea son los mismos empresarios puesto que dirigir una compañía que debe adaptarse a cambios radicales en su estructura, requiere mucho más que una buena planificación financiera además de saber manejar clientes y empleados. El liderazgo ambiental no sólo requiere mejoras al sistema de gestión ambiental, sino que también necesita el compromiso de empleados, clientes, proveedores e interesados. Las soluciones surgen cuando se mejoran los procesos de entrega de productos, se desarrollan nuevos productos que minimizan las consecuencias ambientales, se implementan tecnologías que eliminan problemas e implicancias ambientales y se vincula cada elemento constitutivo con la empresa, la sociedad y el ambiente.

La escasa evidencia disponible en Argentina como la de otros países de América Latina e incluso de países desarrollados, nos muestra una serie de barreras a la incorporación o al desarrollo de una gestión ambiental en las pequeñas y medianas empresas. Se pueden destacar tres puntos:

- 1) Un primer punto es la falta de información o la desinformación acerca de la normativa ambiental. Este dato muestra un mal punto de partida para esperar que las empresas tengan una buena gestión.
- 2) Un segundo punto es la falta de incentivo de mercado. Recientemente las empresas grandes han estado enfrentando requisitos de mercado que las están llevando como una zanahoria hacia una gestión ambiental más avanzada. Para las empresas esto significa obtener un beneficio por mejorar sus gestión ambiental.
- 3) Un tercer punto para la gestión ambiental de las Pymes tiene raíz social, y en especial en la importante contribución de las Pymes en la creación de empleos. Muchas veces se escucha el siguiente argumento: Si se hace una presión muy fuerte para que las empresas mejoren su gestión ambiental, necesariamente va haber muchas empresas que van a cerrar y esto tiene un impacto ambiental indeseable. Este es un falso dilema, porque existe la posibilidad de aplicar políticas y estrategias vinculadas con la Producción más Limpia.

El nuevo líder debe ser un buen administrador de sus propios pensamientos o ideas, palabras y acciones. Sólo cuando un ejecutivo ve a otro provocar el cambio, siente impulsos de cambiar. Hay que concienciar a esas personas para generar el cambio. De lo contrario es difícil, que los empresarios quieran o se animen a generar esos cambios.

Cristian Frers.

Tte. Gral. Juan D. Perón 2049 7mo. "55".
(1040) Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

República Argentina.

E-mail: cristianfrers@hotmail.com