

Impacto de la regulación ambiental en las actividades de la alta gerencia corporativa

The Impact of Environmental Regulation in High Level Corporate Management Activities

*Rina Tigreera Carneiro**

Resumen

El presente ensayo tiene por finalidad exponer algunas consideraciones y reflexiones acerca del impacto que ha generado la regulación ambiental en las actividades de la alta gerencia corporativa. Para tal fin, fue necesario realizar una revisión documental de las distintas bibliografías, documentos y escritos especializados en el área, tanto en el ámbito nacional como latinoamericano; la cual, permitió llegar a las siguientes conclusiones: la introducción de las distintas regulaciones de índole ambiental y la variable ambiente han causado en el ámbito corporativo y en su alta dirección cambios significativos en la forma de hacer negocios. Dichos cambios, requieren actividades gerenciales desarrolladas con tecnologías “verdes” que sean capaces de prevenir problemas ambientales a través de estrategias de producción, operabilidad y funcionamiento menos lesivas, lo cual supone por un lado, un sustancial desembolso, que tal vez, muchas organizaciones no estén en capacidad de sufragar; y por otra, una forma de alcanzar ventaja competitiva que influirían decisivamente en la imagen corporativa, en la calidad del producto, su costo, comercialización y exportación. De igual manera, la inserción de la dimensión ambiente, debe implicar para la gerencia un nuevo estado de conciencia que sea la guía que geste transformaciones profundas en patrones de conductas, valores, aptitudes y afectos que propicien un rol ecológico ambientalista en lo interno y externo de la empresa y por ende en la comunidad global.

Palabras clave: Regulación ambiental, alta gerencia corporativa, mercado ambiental globalizado, ética y responsabilidad social.

Recibido: Diciembre 2002 • Aceptado: Septiembre 2003

* Abog. Magíster Scientiarum en Gerencia de Recursos Humanos. Cursante de La Maestría Docencia para Educación Superior en la UNERM y del Doctorado en Ciencias Gerenciales de URBE. Docente del Instituto Universitario de Tecnología de Cabimas. Correo-e: tigrerarina@cantv.net

Abstract

The purpose of this essay is to explain certain considerations and reflections as to the impact that environmental regulation in the activities of the high corporate management has generated. For such a purpose, it was necessary to make a documentary review of various bibliographies and specialized documents written in this area on the national and Latin American level; which permitted reaching the following conclusions: the introduction of different regulations of an environmental nature and environmental variable has caused significant changes in the corporate environment and in its higher level directives in relation to the way to do business. These changes, require management activities developed with "green" technologies that are able of preventing environmental problems through production strategies, less harmful operability, and operations, which suppose on the one hand, a substantial expenditure that perhaps many organizations can not pay for, and on the other hand, a way to obtain competitive advantages that would influence decisively in corporate image, in the quality of the product, its cost, commercialization and exportation. In a similar manner, the insertion of the environmental dimension must imply a new level of consciousness for management that will guide profound transformational actions in patterns of conduct, values, aptitudes and affections that will promote an ecological-environmentalist role in internal and external activities in the companies and as a logical result, and in the global community.

Key words: Environmental regulation, high corporate management, globalized environmental market , social ethics and responsibility.

Introducción

La empresa como célula económica fundamental de la sociedad, tiene un peso importante en el cúmulo de problemas que afectan al medio ambiente. La problemática ambiental registrada en diversos lugares del mundo, ha originado la incorporación de acciones y normativas que reduzcan los índices de contaminación causados principalmente, por las distintas actividades de índole industrial. Ante esta situación, si se pretende un crecimiento económico, sin generar más problemas ambientales, se requiere una gestión de la alta gerencia corporativa que integre la dimensión ambiente a su función de producción, que posibilite el logro de un crecimiento cualitativo en términos de conocimientos, sabiduría, organización, intuición, innovación, creatividad y eficiencia técnica, sin consumir, apropiarse o dispersar mas allá de cierto punto, un porcentaje aún mayor de la materia y la energía del ecosistema, deteniéndose a un nivel en el cual este, pueda continuar funcionando y renovándose año tras año. El hecho de tener en cuenta la dimensión ambiente, significa para las corporaciones un cambio en su racionalidad de gestión, en su cultura empresarial que le permita comprender que la calidad puede ser expandida (Valdés, 1997).

Sin lugar a dudas, el auge actual de regulaciones externas (leyes o decretos imperativos de los estados) e internas (políticas, estatutos o normas acogidas mutuo propio por parte de la empresa), códigos de actuación y normas de calidad referidas al ambiente, representan nuevos retos que deben enfrentar las empresas y por consiguiente, sus altos directivos. La responsabilidad ambiental de los mismos, no se limita a su propio espacio físico y al adecuado uso de la tecnología, también comprende las relaciones con su entorno local, el cumplimiento de parámetros legales, el trato con las comunidades, clientes y proveedores; y en especial, al hecho de que el asunto ambiental cobra aún mayor importancia al traspasar la frontera nacional, en caso de exportar, debido a que encaran un proceso global complejo del mercado, donde se requieren organizaciones con una visión holística del mundo y sus problemas. La supervivencia de las corporaciones, así como la paz de los pueblos y de la familia humana dependerá en gran medida de la forma como la industria y los líderes de la “aldea global”, inserten estratégicamente el desarrollo sostenible y la variable ambiente en sus operaciones (Folmer, 1999).

Sobre la base de lo planteado, el presente artículo pretende abordar algunas consideraciones acerca de cómo la regulación ambiental y la variable ambiente han influido y afectado las actividades realizadas por las empresas y la alta gerencia corporativa, especialmente en cuanto a producción y competitividad en un mercado ambiental globalizado; por otro lado, se harán algunas reflexiones sobre el comportamiento ético ecológico que debe desempeñar la gerencia y la responsabilidad social que tiene esta, ante la sociedad en materia ambiental; de igual forma, se planteará la necesidad de incorporar dentro de las nuevas concepciones estratégicas de la alta dirección un rol ecológico - ambientalista que haga frente a las exigencias de la “civilización planetaria” o “aldea global”, en aras de la “era de la globalización ecológica”.

1. La variable ambiental y su regulación como punto de inserción en las estrategias de producción y competitividad empresarial

En la actualidad, la variable ambiental constituye un elemento fundamental dentro de las modernas estrategias empresariales (Gutiérrez, 2002). Las regulaciones que en la materia se vienen imponiendo, demandan una atención prioritaria de estos problemas; de allí, se deriva la creciente importancia de la aplicación de políticas ambientales y de instrumentos jurídicos para regular la actividad industrial en el mundo, lo cual, ha dado origen al dinamismo de una nueva industria llamada por Mercado (1997), Valdés (1997) y Gutiérrez (2002), “industria ecológica” o “empresas verdes”.

Este tipo de empresas, adaptan dentro de su funcionabilidad tecnologías menos lesivas al ambiente, considerando como prioridad el desarrollo de reglas ambientalmente “amigables”, lo cual ha generado inducciones desde el punto de vista creativo e innovativo que apuntan al diseño de procesos más eficientes que utilicen cada vez menos materias primas, poca energía y produzcan escasos residuos. En otras palabras, se persigue una nueva concepción de hacer negocios

donde se desarrolle tecnologías “verdes” que sean capaces de prevenir los problemas de contaminación (Mercado, 1997). De igual forma, estas organizaciones asumen las regulaciones de índole ambiental como estrategias proactivas, que permiten acceder a mercados competitivos exigiendo un marco referencial de programas de producción y diseño de productos sensibles a la problemática ambiental (Cascio, J. *et al.*, 1999: 10).

Dentro de la perspectiva anterior, se desafía a cada organización a hacer acopio de sus aspectos ambientales, a establecer sus propias metas y objetivos, a comprometerse para adoptar procesos efectivamente confiables y, una mejora constante por hacer que los empleados y gerentes practiquen un sistema de percepción compartido y responsable por el desempeño ambiental de la corporación.

Según la opinión de Inzunza, G. (1999), la tendencia antes planteada no se manifiesta de forma satisfactoria en todas las empresas, esto se debe a que las estrictas normas de regulación ambiental conjugadas con la difícil situación económica que confrontan las mismas, especialmente las de menor tamaño, así como el bajo desarrollo tecnológico que presentan, atentan contra las posibilidades de insertarse de manera amplia y efectiva dentro de estas novedosas formas de producción, y más aún cuando hoy día, existe la predisposición cada vez marcada, tanto por parte de los consumidores, como de los comerciantes, a decidir los productos que compran y los servicios que reciben, tomando en consideración no solo la calidad y el precio, sino también a requerimientos ambientales relacionados con los mismos, incluyendo los efectos que sobre el medio ambiente puedan tener.

Partiendo de la anterior premisa, se puede desprender el impacto e importancia que tiene para la empresa involucrarse en materia ambiental, en cuanto a que ésta se tornará una condición indispensable para explorar mercados de exportación, actividad que surge como imperativa, en la actual coyuntura económica (Gutiérrez, 2002). Esta argumentación se sustenta muy probablemente, en el hecho que las normativas de producción que se están difundiendo a nivel internacional, podrán erigirse en barreras de entrada para las corporaciones, lo cual influye y afecta las actividades de la alta gerencia corporativa, ya que cada vez queda demostrado que el éxito de los productos y la competitividad de la empresa depende de su gestión ambiental. Si bien, la incorporación del aspecto ambiental dentro de las estrategias corporativas, significa por un lado, desembolso sustancial para la empresa, por otro lado, puede inducir mudanzas importantes en su dinámica tecno – productiva, lo cual podría reportarle aumentos significativos en productividad y, en consecuencia, compensar esas inversiones, abriendo la posibilidad de revertir la tendencia a tal punto de convertirla en oportunidad.

De la argumentación anterior Porter, M. (1999: 365) plantea que la variable ambiental y sus distintas normativas y regulaciones no deben ser vistas como un conste o amenaza inevitable que ocasione o provoque una mentalidad estática “parálisis o inercia mental”; sino, debe concebirse como una oportunidad económica y competitiva que desencadenan innovaciones que reduzcan el coste total de un producto o que incremente su valor. Estas innovaciones apunta el citado autor, hacen posible que las empresas empleen más productivamente una gama de

factores, desde las materias primas hasta la energía o la mano de obra, con lo cual se compensan los gastos de las mejoras ambientales y este aumento de la productividad de los recursos hacen a la empresa más competitiva.

Lo señalado hasta aquí, permite esgrimir, que la inserción de la variable ambiental y su regulación a la función estratégica de producción de la empresa es el resultado de un criterio de calidad más amplio que incluye no solo la posibilidad de incrementar las ventajas competitivas del mercado sino también que el cliente satisfaga sus necesidades presentes y al mismo tiempo posibilite que las generaciones futuras satisfagan las suyas propias. Al respecto, Valdés, R. (1997) plantea que la introducción de los parámetros y temáticas ambientales en la empresa, es hoy día una de las más poderosas y estratégicas armas competitivas, en cuanto permite la adopción de una óptima gestión, enfocada más a la prevención que a la remediación de la contaminación, lo cual puede traducirse en beneficios económicos y competitividad internacional del mercado, donde la eficiencia en el uso de los recursos es la clave ante la expectativa global. Con base a esta última expresión es importante realizar algunas consideraciones atinentes a la gerencia estratégica ante la expectativa ambiental en un mercado global.

2. La alta gerencia corporativa ante la globalización del mercado ambiental

La alta gerencia corporativa se enfrenta a profundas transformaciones, crisis y realidades que experimenta el complejo mundo actual. Por tal motivo, la inserción, permanencia y supervivencia de la organización en el turbulento e incierto mercado competitivo, se ha convertido en una de sus prioridades perpetua e inmediata, más aún, cuando se ha introducido dentro del mismo, la variable ambiente en todas sus dimensiones y el indetenible fenómeno de la globalización. Hablar de globalización implica alianzas estratégicas, red mundial, multinacionales, liberación de fronteras, multidiversidad productiva, mercado global, entre otros. Esta, según Grün, E. (1999) es el proceso de desnacionalización de los mercados, las leyes y la política en sentido de interrelacionar pueblos e individuos por el bien común. Este fenómeno complejo, vive en continua y acelerada evolución, abarca diversos y múltiples aspectos de la realidad humana y aún más allá de ella, a la realidad ecológica; que representa el futuro de la humanidad y del planeta.

Siguiendo el mismo orden de ideas, Micheli, J. (2000), expone que el afianzamiento de la preocupación generalizada por la temática ambiental como problema directo que atañe a toda la humanidad, así como la percepción de los aspectos globales de la crisis ambiental y la entrada franca de los actores científicos al escenario de ésta, fueron factores determinantes en la formación del mercado ambiental. La conciencia de la globalidad como complejidad e interrelación del problema ambiental y las diversas normas que se implementaron para regular la misma, originó la imperiosa necesidad que las corporaciones incluyeran dentro de su operabilidad y funcionamiento estratégico la variable ambiente y que a su vez, ésta marcara pauta dentro de las exigencias del mercado competitivo.

En este hilo de ideas, el mercado es considerado como un espacio social de confrontación en el cual se juega la suerte de sus actores, responsable de la creación y formación de políticas y estrategias orientadas a transformar o innovar técnicas, definir alianzas, de cooperar y competir. La perspectiva de esta nueva tendencia del mercado ambiental, podría ser la relación economía - ambiente que permitiera la creación de un nuevo campo de negocios, el cual, redefiniría la noción de competitividad mediante la generación de nuevas técnicas y valores, en donde se integren las diferentes sociedades nacionales a un mismo proceso guiado y regulado por la misma visión del mundo ecológico globalizado (Micheli, 2000).

Partiendo del supuesto anterior, para la alta gerencia corporativa la globalización del mercado implica, incorporar la protección del medio como parte del negocio empresarial, como una herramienta más, para competir dentro del mismo. Esto significa, según Guzmán, A. (2000), un doble reto para esta; por una parte, insertar la componente medioambiental en las estrategias de la empresa, realizando las inversiones e innovaciones necesarias en investigación y desarrollo de tecnologías limpias, modificación de procesos, medidas correctivas y creativas, gestión de residuos, formación, entre otros; y por otra, posicionarse competitivamente en un mercado complejo, cambiante y en clara expansión.

Es así, que en la actualidad, la gestión medioambiental globalizada y su regulación en el ámbito de la gerencia corporativa comienza a constituirse en un factor crucial que influye decisivamente en la forma de hacer negocios, en la imagen corporativa, en la calidad del producto, su costo, comercialización y en definitiva en la competitividad. Para tal efecto, es necesario que las empresas planifiquen ecológicamente, esto implica internalizar y concienciar la magnitud de ésta, conceptualizando al medio desde su aspecto natural y artificial, para detectar los problemas actuales y futuros. A tal fin, es menester traspasar las fronteras sectoriales y disciplinarias, temporales y espaciales, para abordar la realidad con su interdependencia sistémica, sus límites, su complejidad y sobre todo con la ética y responsabilidad necesaria.

En contraste a la idea anterior, se hace necesario efectuar algunas acotaciones sobre el aspecto ético y la responsabilidad social de la gerencia a nivel medioambiental.

3. La ética y la responsabilidad social de la alta gerencia corporativa en materia de regulación ambiental

En las sociedades actuales las empresas y los negocios han pasado a ser una de las instituciones más influyentes y poderosas que dinamizan la actividad mundial. Por tal motivo, como instituciones preponderantes, deben asumir un compromiso corresponsable ante muchos de los acontecimientos que ocurren en la sociedad contemporánea. En consecuencia, esto determina una responsabilidad superlativa para la gerencia corporativa, así como, la demanda prioritaria de una conducta ética en la aplicación de normas, estatutos, políticas y valores que defiendan los derechos atinentes al ser humano y al desarrollo sostenible.

Dentro de este marco, se encuentra el acatamiento de la regulación ambiental. El cumplimiento de este indicador debe reflejar el comportamiento ético ecológico que desempeña la empresa y su alta dirección en lo interno y externo de su entorno, así como la responsabilidad que tiene ante toda la sociedad, con respecto a la capacidad de darle solución a problemas ambientales.

Empero, ante esta situación se pueden percibir dos grandes vertientes: En primer lugar, la perspectiva ecológica muestra a la ética y a la responsabilidad gerencial como una visión de la realidad que se preocupa por la armonía en las relaciones de los seres humanos entre sí y respecto de su medio ambiente (Etkin, 1994:47). Por tal motivo, la gerencia frente a la problemática ambiental, debe cuidar sus externalidades y los efectos sobre el ambiente de sus negocios; y no sólo de los inmediatos en el tiempo, sino con respecto a la siguiente generación. Es decir, su acción económica no puede optimizar sino conservar para siempre. El propósito de su acción no puede ser la ganancia, pues está visto y probado que la persecución del individualismo posesivo produce expoliación y destrucción del ambiente y no garantiza ni la propia sobrevivencia (Capriles, 1999: 61).

El supuesto antes mencionado, da la posibilidad de pensar que la empresa y su alta dirección tienen enraizados dentro de sus concepciones de operatividad, que los bienes globales ya no serán apropiables por individuos; y por ende, las acciones empresariales estarán limitadas por el uso de los recursos que son propiedad de todos los habitantes del globo, presente y futuro. De igual forma, parten de la idea de desarrollar una conciencia extensa a nivel organizacional en la cual, las prácticas corporativas no pueden en aras de las ganancias, ir en contra de la propia especie. Por eso, acogen y defienden todos aquellos estatutos relativos a los derechos humanos y a la sustentabilidad de la vida humana; a su vez, preservan y establecen por voluntad propia, estrategias internas encaminadas a dicho fin. Una cosa es correcta cuando tiende a conservar la integridad, la estabilidad y la belleza de las comunidades bióticas; y es incorrecto cuando tiende a lo contrario; por lo tanto, debe ser un sistema ético moldeado por la ecología el cual guíe las acciones y las prácticas de administración.

Al respecto, Capriles, R. (1999: 60) expresa que en la actualidad algunos gerentes entienden que la tierra y los recursos son propiedad alienable de los individuos, por esto, comparten la idea que el crecimiento de la producción empresarial no supone necesariamente la expoliación y destrucción del ambiente. El capital puede cuidar de su externalidad, invertir en investigación para solucionar los desastres ecológicos que producen y pueden integrarse al medio ambiente y a la sociedad en la que se insertan sus unidades productivas.

Hasta este punto, puede entenderse que la ética y la responsabilidad social de la gerencia en materia ambiental son totalmente relevantes, pues las mismas, deben girar en torno a que el bienestar del hombre y la naturaleza son inviolables. No se debe olvidar que la empresa del presente y del futuro no puede manejarse, con el solo bagaje de la experiencia adquirida en un sector de actividades cuya naturaleza no sólo cambia aceleradamente, sino que incluso fenece de improvisto;

por el contrario, se hace necesario considerar, tomar en cuenta que la persona y el ambiente son y serán siempre importantes.

En la otra vertiente, y la cual es la más predominante en la actualidad, se encuentran aquellos gerentes que comparten el criterio que la única responsabilidad social que tienen, es la utilidad financiera, y no el bien común o justicia social (Friedman citado por Robbins y Coulter, 1996: 145). Esta postura parte según el citado autor, del hecho de que todos los altos directivos son profesionales, lo cual significa que no son los dueños de la empresa a la cual dirigen; son empleados responsables sólo ante los accionistas. Por tanto, su obligación primaria es operar el negocio, aunque en algunas circunstancias, dichas operaciones violen los derechos del hombre y los de la misma naturaleza, debido a que lo primordial para ellos debe ser los intereses de los accionistas.

Sobre esta base, Hayek (citado por Gudynas, 1999) expone, la ética y la responsabilidad de la gerencia en materia medioambiental apunta, a que son los individuos perseguidos por sus propios intereses y beneficios los que determinan la marcha de la sociedad. Allí, no hay lugar para la razón ni para una ética de solidaridad o altruismo; por tal sentido, como no existe la justicia social, es mucho menos posible una “justicia ecológica” que proteja las demás formas de vida.

El comentario anterior, da paso a lo expresado por Guédez, V. (2001: 51), la concepción ética del desarrollo sustentable siempre estará manos atadas porque, la productividad no puede ser a costa del comportamiento ético y emocional del hombre, pero tampoco el comportamiento ético y emocional puede obstaculizar la necesidad productiva de la empresa. Frente a esta expresión, se podría decir que no puede existir algo como una justicia social, porque el orden emergente del mercado es espontáneo y está basado en individuos que buscan su propio beneficio.

Complementando lo expuesto hasta ahora, Alvares, R. (2000), sostiene que la ética y la responsabilidad gerencial que se deriva de la problemática ambiental solo funciona cuando a través del bien común, se logra la “propia ganancia”. Esto se debe principalmente al hecho que la mayoría de las corporaciones que han insertado la variable y la regulación ambiental dentro de sus lineamientos estratégicos, tienen como único fin, acceder al mercado competitivo más que en ir en busca de un bienestar común de la sociedad global; es decir, muestra, una “doble moral” o “careta” de la organización, ante la problemática ambiental.

Al respecto Gudynas, E. (1999), expone que el desarrollo de una ética ambiental puede ser deseable, pero difícilmente cambiará la naturaleza humana básica. De este modo, el egoísmo presentado como propio del hombre, pasa a jerarquizar la competencia, a tal efecto, la solidaridad en si misma no existe, ni debe existir. Y si la solidaridad entre los hombres es negada y desplazada, para la solidaridad con la naturaleza tampoco hay lugar.

Todos los tópicos aquí abordados dan cabida para que los líderes ante las múltiples vicisitudes que encara la vida como tal y que de forma directa afecta a las organización y a él como ser, enrumbe un nuevo paradigma de su rol ante la sociedad, y en especial en materia ecológica – ambiental.

4. Rol ecológico ambientalista de la alta gerencia corporativa

En albores de este siglo, los líderes corporativos requieren de mucho arte e ingenio para responder a los retos, ambigüedades y paradojas que rodean el contexto organizacional (Bolman y Deal, 1995: 428); y más aún, cuando se ha entendido que la eficacia y eficiencia empresarial, así como la satisfacción humana y la calidad de vida, van unidas. Por lo tanto, las organizaciones ante un mundo turbulento e incierto deben estar dirigidas por altos directivos que desarrollen nuevos roles y procesos de pensamiento para enfrentar de manera proactiva, creativa, innovativa y estratégica los incesantes problemas políticos, económicos, sociales y culturales que emergen, empujan y presionan a las corporaciones en diferentes direcciones.

Uno de los problemas que amerita un nuevo papel o rol de la alta gerencia, es la problemática ambiental. El deterioro acelerado del ecosistema y la extinción de todo género de vida, han impulsado a que las organizaciones inserten dentro de sus operaciones una serie de estrategias tecnológicas y regulaciones encaminadas a la preservación del ambiente. Sin embargo, todo este conjunto de innovaciones y parámetros ambientalistas, no serán lo suficientemente eficientes para encarar la crisis ambiental, sin que antes, se produzca un cambio serio y profundo a nivel gerencial, en cuanto a las actitudes, concepciones y comportamientos hacia el medio ambiente. Para Kwiatkowska e Issa (1998: 76), el obstáculo más serio que impide la evolución de un rol ético de la tierra es el hecho de que el sistema educativo y económico está alejado y no dirigido a una conciencia ecológica.

En consecuencia, para hablar dentro de los parámetros de la alta dirección de un rol ecológico ambientalista y que a su vez, ésta lo asuma, es necesario iniciar un proceso de concienciación que implique, un cambio cultural a nivel organizacional, en el cual, se de un reconocimiento de valores y de clarificación de conceptos con el objeto de desarrollar en la gerencia, las aptitudes y actitudes adecuadas para comprender y apreciar las interrelaciones entre el hombre, su cultura y su ambiente. Para tal fin, se deben implantar rápidas y profundas transformaciones que abarquen cada uno de los rincones de la empresa, para lo cual, se requerirá una discontinuidad en los procesos diarios y un cambio de patrones mentales, que permitan el desarrollo de una conciencia ambiental enmarcada dentro de los límites de la sustentabilidad, cuya finalidad sea el de construir nuevas normas de conductas que rijan una relación con el ambiente donde se de un resurgimiento de la dedicación moral, de correctas formas de actuar, de consensos sobre valores corporativos y métodos sobre procesos decisorios que reflejen el compromiso social de la empresa y su gerencia con respecto al entorno. Al respecto Etkin, J. (2002: 13) expone, en las organizaciones éticas, justas y equitativas los criterios de eficiencia y eficacia operan en el marco de lo socialmente deseable. Y ello no configura una debilidad ni una ambigüedad, sino básicamente una toma de posición, una fortaleza y un marco de referencia conocido frente al cambio y la incertidumbre del medio ambiente.

De acuerdo a esto, Gudynas, E. (1999) plantea que la cultura ambiental empresarial y la gestión que en materia se hagan, deben estar determinadas no

sólo por las formas de organización interna de la corporación, por el conjunto de valores, conocimientos y actitudes que están determinando sus prácticas, como una serie de aprendizajes significativos que van moldeando la toma de decisiones y su disposición al cambio, sino fundamentalmente por la inclusión de un criterio de protección al medio ambiente en el proceso de modernización e innovación de la planta productiva en su conjunto. La innovación en materia ambiental dentro del campo gerencial debe iniciarse a través de una conducta mental, un sentimiento, un estado emocional, un conjunto de valores que obliguen a ver más allá del presente y convertir esa visión en realidad; esa innovación debe ser un estado o actitud mental penetrante dirigida a una nueva forma de hacer negocios donde se preserve el habita del presente y de las generaciones futuras.

Aunado a lo anterior, Kuczarski, T. (1997) sostiene que para poder abrirse al mundo y competir se debe hacer con una buena visión de las necesidades y requerimientos que el mundo demanda. Por eso, a nivel gerencial se requiere tener altos directivos con una visión en profundo, donde los mismos, sean creativos, innovadores, con un liderazgo animado por un espíritu que le permita realizar las cosas que hacen falta, las cosas oportunas, en el momento preciso, considerando y contribuyendo en el bienestar general, desarrollando una conciencia extensa a nivel organizacional en la cual, las prácticas corporativas no pueden en aras de las ganancias, ir en contra de la propia especie.

De todo esto se desprende, la necesidad que en el campo gerencial se inicie un proceso de internalización sobre la problemática ambiental, la cual, de paso al resurgimiento social de una conciencia moral que cimiente las bases de una responsabilidad convencida y de una verdadera ética de la tierra a nivel del pensamiento estratégico y del liderazgo; por eso, el rol de las nuevas generaciones de líderes debe tomar en consideración el elevar los niveles de reflexión de la población, ya que esta será una condición indispensable para alcanzar el éxito de cualquier gestión del desarrollo. Si no existe suficiente comprensión acerca del papel que desempeña la naturaleza en el bienestar de los individuos y la comunidad, las acciones ambientales tenderán al fracaso. Una conciencia social fuerte apura los consensos, compromete más a todos los agentes del desarrollo, y favorece a una mayor participación de la ciudadanía.

De allí, que la inserción de la problemática ambiental y su regulación al mundo empresarial no solo implique la introducción de nuevas estrategias de producción y competitividad a los negocios, sino a su vez, la de un nuevo estado de conciencia gerencial que sea la guía que geste una serie de cambios, donde la empresa del presente y del futuro tome en consideración que la persona y el ambiente son y serán siempre importantes para la existencia del todo organizacional.

Conclusiones

La inclusión en el seno empresarial de las diversas regulaciones y aspectos medio ambientales que reduzcan el daño ocasionado por las prácticas industriales al ecosistema, trae consigo, una serie de consecuencias que inciden en las activida-

des de la alta dirección. Por un lado, implica la inserción de nuevas estrategias de producción, operabilidad y funcionamiento. Esto, se traduce por una parte, en un sustancial desembolso, que tal vez, muchas organizaciones no estén en capacidad de sufragar; por otra, inducen a nuevas dinámicas tecno-productivas que podrían reportar aumentos significativos en la producción. Por el otro lado, significa una condición sine qua non para explorar, acceder y competir en mercados de exportación, lo que influiría decisivamente tanto en la imagen como en la calidad del producto, su costo y comercialización, lo cual, causaría un gran impacto en las labores de la alta gerencia corporativa.

De igual forma, la inserción de la variable ambiental implica para la alta dirección una redefinición de su rol social, el cual amerita de un cambio cultural que abarque lo interno y externo organizacional, donde se de el reconocimiento de valores y la clarificación de conceptos con respecto al ambiente, con el objeto de desarrollar las aptitudes y actitudes adecuadas para comprender y apreciar la interrelación hombre/ecosistema, lo que permitirá la generación de un estado de conciencia que refleje una convicción de responsabilidad en proteger y conservar la especie y la natura.

Finalmente, la dimensión ambiente para la alta dirección es uno de los reto que debe enfrentar y afrontar día a día; por eso, su compromiso es con la constante innovación, en tal sentido, debe concebir, gestar, crear y construir creativos planes que generen ventajas competitivas en materia “verde” sin traspasar los límites sustentables que garanticen la supervivencia de las presentes y futuras generaciones.

Referencias Bibliográficas

- Bolman, Lee y Terréense, Deal (1995). **Organización y Liderazgo**. Addison – Wesley Iberoamericana, S.A. Wilmington, Delaware, E.U.A. 480 pp.
- Capriles, Ruth (1999). **Ética de la acción económica en Venezuela**. Publicaciones 2 (2) 51-63. UCV, Venezuela.
- Cascio, Joseph; Gayle, Woodside y Philip, Mitchell (1999). **Guía ISO 14000. Las nuevas normas internacionales para la administración ambiental**. Mc. Graw Hill. México. 221 pp.
- Etkin, Jorge (1994). **La Doble Moral de las Organizaciones**. Mc.Graw Hill. España. 328 pp.
- Etkin, Jorge (2002). **El Potencial Ético de la Organización**. Seminario Internacional Los Desafíos Éticos del Desarrollo. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires, Argentina. 16 pp.
- Folmer, Hendrik (1998). **El involucramiento de la empresa en la elaboración de políticas ambientales**. Disponible: <http://www.sinades.gov.cr>. [Consulta: 2003, Mayo, 13].
- Grün, Ernesto (1999). **Una Visión Sistemática y Cibernética del Derecho**. Disponible: <http://www.iter-mediación.com/cibernetica.htm>. [Consulta: 2003, Mayo, 13].

- Gudynas, Eduardo (1999). **Globalización, Políticas Sociales y Medioambiente**. Disponible: <http://www.conam.gov.pe>. [Consulta: 2003, Mayo, 13].
- Gutiérrez, Nicolas (2002). **Economía, Comercio Internacional, Globalización y Medio Ambiente**. Disponible: <http://www.ecofield.com>. [Consulta: 2003, Mayo, 20].
- Guzman, Aldo (2000). **La Gestión Medioambiental en la Empresa. ¿Es posible un mercado de desarrollo empresarial sustentable?**. Disponible: <http://www.ecoport.com>. [Consulta: 2003, Mayo, 20].
- Inzunza, Georgina (1999). **Los Empresarios ante la Regulación Ambiental ¿Hacia una cultura de la sustentabilidad?**. Disponible: <http://www.itesm/campus.cem.mx>. [Consulta: 2003, Mayo, 20].
- Kuczumski, T. (1997). **Innovación. Nuevas tendencias empresariales**. McGraw Hill Interamericana, S.A.; Santa fe de Bogota, Colombia.
- Kwiatkowska, Teresa y Jorge Issa (1998). **Los Caminos de la Ética Ambiental. Una Antología de Textos Contemporáneos**. Editorial Plaza y Valdés, S.A de C.V. México. 321 pp.
- Mercado, Alexis (1997). **Elementos para la Evaluación y Estímulos a la Gestión Ambiental en la Industria Venezolana**. Revista Espacios. 18 (2), 127-142. CENDES, UCV, Venezuela.
- Micheli, Jordy (2002). **Fin de Siglo: Construcción del Mercado Ambiental Global**. Revista Comercio Exterior, 49 (3), 139-156. UAM, México.
- Porter, Michael (1999). **Ser Competitivos**. Ediciones Deusto, S.A. España. 478 pp.
- Robbins, Stephen y Mary, Coulter (1996). **Fundamentos de la Administración. Conceptos y Aplicaciones**. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México. 770 pp.
- Valdés, Roxana (1997). **Regulación y Mercado: Dos Condiciones del Sistema de Gestión Ambiental de las Empresas**. Revista Espacios. 18 (2), 25-39. CENDES, UCV, Venezuela.