



**CONTABILIDAD Y MEDIO AMBIENTE**

**EL EFECTO FINANCIERO DE LA GESTIÓN AMBIENTAL EMPRESARIAL**

ANA MARÍA GIRALDO SÁNCHEZ  
 Estudiante Contaduría Pública  
 Fundación Universitaria Luis Amigó  
 Email: [anamaq17@yahoo.com](mailto:anamaq17@yahoo.com)

El mundo de hoy se enfrenta a procesos de información que han logrado incidir la toma de conciencia de los empresarios en dos aspectos fundamentales: lo social y lo medioambiental, como componentes básicos de su responsabilidad social empresarial. El cambio se ve reflejado en los diferentes programas y proyectos que sobre estos temas están implementando cada vez más organizaciones en nuestro medio.

Estos nuevos procesos generan cambios y todo cambio genera incertidumbre, por lo que se hace indispensable realizar análisis y estudios rigurosos que permitan determinar la manera como impactarán a la organización, es decir que efectos puede generar en ella.

La transformación de conciencia para la protección ambiental, la manera de proceder de las organizaciones para lograr sus objetivos y el desarrollo de su actividad o razón social, son temas que deben ser abordados con urgencia por las organizaciones si quieren ser más competitivas y permanecer en el mercado. Claro está que no es suficiente con tomar conciencia, se debe apoyar con la acción.

Por esto se deben vincular las finanzas con el medio ambiente, identificando aspectos comunes y conciliando sus objetivos básicos. Se puede así profundizar en el estudio de alternativas de análisis que sirvan de herramientas de apoyo para evaluar proyectos y programas de gestión ambiental empresarial. Se mejoran los proyectos y se obtiene información clave en la toma de decisiones.

Desafortunadamente, no basta con razones meramente axiológicas para que dichos programas sean implementados, ya que a pesar de ser muy importantes muchas veces son ignorados por dificultades económicas en épocas de crisis y recesión. Algunas empresas, si bien están de acuerdo con su importancia, afirman no contar con los recursos, que en muchos casos implican grandes cambios tecnológicos en sus plantas productivas.

Según la revista Dinero de diciembre 13 de 2002, muchos empresarios aún tienen una reacción de rechazo cuando oyen las palabras "medio ambiente". Al parecer se imaginan enormes listas de requisitos y visitas de funcionarios que pueden perjudicar sus negocios. Pero quien piensa de esta manera se está quedando atrás, pues el factor medioambiental es decisivo hoy para el desarrollo de sus negocios, hallando oportunidades donde nadie las esperaba. Existen una variedad de negocios ambientales que producen rendimientos efectivos y suelen encontrar beneficios inesperados porque el esfuerzo puede implicar dejar de imponer los desperdicios de la producción sobre la sociedad y disminuir sus costos de operación<sup>1</sup>.

El mayor obstáculo para la acción es la falta de información y conocimiento. Como futuros profesionales contables estamos llamados a hacer parte del cambio organizacional; prueba de ello está en que actualmente los contadores se ven presionados por el mercado financiero en la valoración de los riesgos ambientales y sus impactos, en la detección de problemas ambientales y sus efectos en la rentabilidad, en analizar los efectos en la viabilidad empresarial así como en el valor de las mismas<sup>2</sup>.

Vincular la información ambiental con variables económicas y financieras ha sido hasta hoy un tema poco abordado y al cual se le tiene cierto temor, a pesar de que existe en Colombia una amplia normatividad



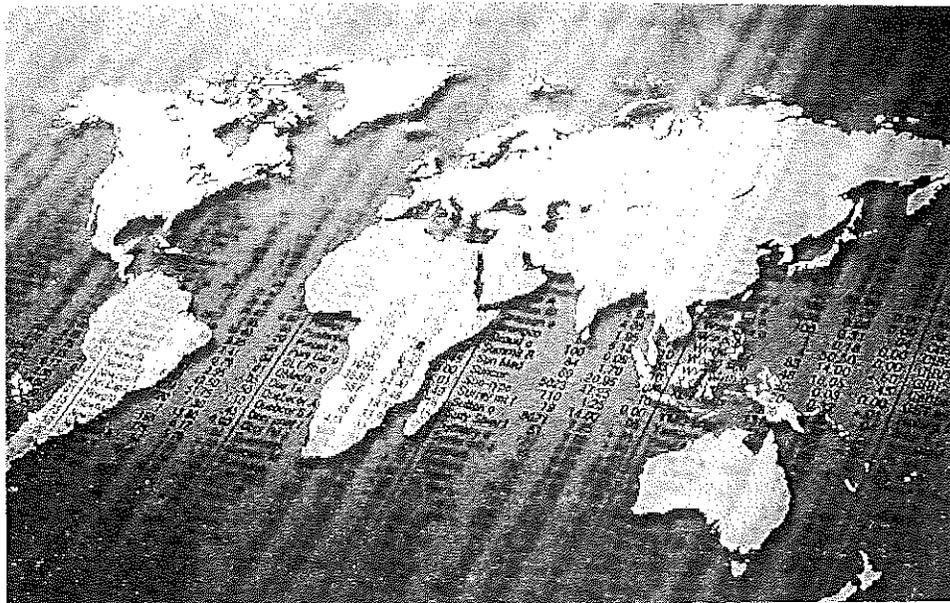


ambiental, con estímulos tributarios, incentivos de competitividad para la calidad de las organizaciones y alternativas de financiación para producción limpia con porcentajes reembolsables. Se hace necesario identificar esas oportunidades que ofrece el mercado y el estado, para lograr determinar aspectos claves en el cambio de una conciencia que aún separa y ve como incompatibles los resultados financieros y la protección ambiental.

Para ello se requiere de una investigación teórico-práctica que se ocupe de indagar si es posible la implementación de políticas ambientales al interior de una organización, contribuyendo a su crecimiento, valoración y permanencia. ¿Será que existen factores de tipo financiero tangibles y demostrables que se conviertan en un factor motivador para que las empresas tomen decisiones ambientales con mayor prontitud? Claro que teniendo en cuenta que la respuesta para estos interrogantes debe estar contemplada dentro de un conjunto universal de organizaciones, sin importar si la organización es grande o pequeña, con ánimo o sin ánimo de lucro, pública o privada, productiva, comercial o de servicio. Además hay que tener en cuenta que los resultados financieros positivos tienen su efecto en el mediano y largo plazo.

La idea es no permitir que se continúe dilatando o postergando la adopción de dichos programas, hasta que se llegue al punto de tener que cumplir con ellos sólo como una imposición legal, sino que surjan más bien como alternativa de compromiso con la sociedad y la calidad de sus productos. Lo que se debe demostrar es que realizar inversiones de implementación de sistemas de gestión ambiental, puede realmente tener algún efecto positivo en los resultados económicos generales de la empresa, como por ejemplo: crecimiento en clientes, cobertura de mercados (internos y externos), aumento de su productividad, competitividad, rendimientos y posicionamiento de imagen. Tales sistemas deben ser vistos como tal una inversión y no un gasto irrecuperable.

Esto se convierte entonces en un motivo o una razón más que impulsa a las organizaciones a tomar la decisión de implementar el cambio, demostrando que



el sistema de gestión ambiental, como inversión, apunta al logro de los objetivos organizacionales, entre ellos la rentabilidad, razón básica financiera y la preservación del patrimonio bajo el principio contable de la Continuidad. Como lo plantea Peter Drucker: "El primer acto de una empresa socialmente responsable es la rentabilidad".

También para Oscar León García, el objetivo básico financiero de la empresa es la maximización de su valor, a partir de maximizar sus utilidades con permanencia y crecimiento visualizados en el largo plazo. Es decir, que esta rentabilidad debe traducirse en el flujo de caja para poder garantizar dicha permanencia. Afirma que "si una empresa crece siendo rentable, entonces está generando valor".

En conclusión, el campo de la gestión ambiental microeconómica es tal vez uno de los más importantes y promisorios para el desarrollo profesional, tecnológico y empresarial en Colombia y en el mundo; las instituciones educativas ya están volcando su atención a este aspecto. Por tanto, desde la contabilidad deben apoyarse y desarrollarse este tipo de proyectos, para lograr que cada vez más empresarios adopten diseños de medición y control ambiental, lo que a su vez se verá en el progreso del conocimiento contable.

<sup>1</sup>Ambiente rentable. En: Revista Dinero. 2002. p 30.

<sup>2</sup>MARTÍNEZ, Carlos Fredy. De Lo Financiero a lo Social. Conferencia.