

ENSAYO

¡DESARROLLO SOSTENIBLE Y VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES LATINO AMERICANAS!

MARGGYE NATHALIE FORERO LÓPEZ.

RESUMEN

A partir de los años 70 las naciones comienzan a considerar el desarrollo sostenible como tema importante para el sostenimiento de la producción mundial, sin embargo nunca se le había dado tanta importancia como hasta los últimos años donde un consumidor mejor informado y más preocupado por su bienestar y el de sus descendientes comienza a demandar productos medio ambientalmente amigables. De aquí que algunas empresas conscientes de esta necesidad latente han comenzado a incursionar en este mercado convirtiendo esta oportunidad en una venta competitiva y dejando rezagadas a aquellas compañías que sólo creen que al implementar medidas medioambientales están incurriendo únicamente en altos costos. Para los países latinoamericanos esta es una nueva oportunidad, ya que las economías de la mayoría de estos países se concentra mayormente en el sector agropecuario e industrial el hecho de que sus empresas comiencen a acreditarse en estos temas le abrirá las puertas en los mercados europeos y estadounidense donde estos temas comienzan a

• Profesional en Negocios Internacionales del politécnico Grancolombiano, actualmente cursando Especialización en gerencia de comercio exterior en la Universidad Militar Nueva Granada. Junio 2011.

ser de gran importancia. De no hacerlo, todavía queda otra opción y es convertirse en el receptor de todas aquellas industrias a las que se les ha prohibido operar en sus propios países por ser demasiado contaminantes.

Palabras clave: Comercio internacional, desarrollo sostenible, competitividad, latino América, medioambiental.

ABSTRACT

Since the 70's, nations begin to consider sustainable development as an important issue for the sustainability of the world, but it has never been consider relevant until recent years, when consumers are more informed and concerned about their welfare and their descendant's has beginning to demand environmentally friendly products. Hence, some companies aware of this need, have begun to making progress innovated into their production to satisfy this market and become this opportunity in a competitive opportunity, leaving behind those companies that believe that by implementing environmental measures, they are only incurring in high costs. For Latin American countries this is a new opportunity, as the economies of most of this countries are concentrated in agriculture and industry, those business that begin to certify their processes will be opening markets in Europe and United Stated, where environment has begun to be important for customers. Otherwise, there is still another option which is to become the recipient of all those industries that have been forbidden from operating in their own countries for being too polluting.

Keywords: International trade, sustainable development, competitiveness, Latin America, environment.

INTRODUCCIÓN

El tema de desarrollo sostenible ha sido tratado desde comienzos de los 70's cuando se comienza a considerar un cambio para detener la explotación de los recursos. Desde entonces se comienza a crear medidas regulatorias, sin embargo con estas en realidad no se obtiene el efecto deseado.

No es suficiente con que las naciones hablen de medidas medioambientales, lo más importante es su estricta regulación, de esta forma se creara confianza en el sistema. Las empresas ven estas medidas medioambientales como un costo en el cual deben incurrir y no como una inversión.

Mientras tanto hay una creciente demanda por productos eco-amigables, esto debido a que los consumidores comienzan a tomar conciencia acerca del impacto de su huella medio ambiental y también porque están más preocupados por su bienestar.

En el caso de América latina, en las industrias en las que se ha comenzado a implementar un desarrollo sostenible se ha podido observar una mayor productividad derivada de la disminución de desechos.

Los países latinoamericanos se han caracterizado siempre por su gran variedad de recursos naturales, sin embargo esto hoy en día no constituye una ventaja comparativa, sólo cuando su aprovechamiento se regule bajo normas de control que aseguren su permanencia en el tiempo se generará una ventaja competitiva.

También se puede crear esta ventaja competitiva eliminando todas las medidas regulatorias así, cuando en otros países ya no sea posible producir determinados productos por ser muy contaminantes, serán competitivas aquellas naciones que aun permitan producirlos.

En el nuevo ámbito mundial, donde los consumidores tienen mayor acceso a la información, estos están buscando productos que ofrezcan un valor agregado y están dispuestos a comprar estos productos incluso si estos representan un costo mayor.

Las empresas latinoamericanas deben decidir si quieren entrar a competir en un mercado que está demandando cada vez más productos eco-amigables, hoy en día cuando hacerlo crearía una fuente de ingresos y ventajas competitivas.

Por este motivo en este ensayo se analizará el impacto que genera dentro de las economías latino americanas la implementación de medidas de regulación medioambiental por parte de las empresas y cómo esto se ve reflejado en la competitividad de las naciones en el ámbito internacional, esto se llevará a cabo consultando diferentes autores que han trabajado previamente sobre el tema.

REGULACIONES MEDIO AMBIENTALES COMO FACTOR DE PRODUCTIVIDAD EN LAS NACIONES LATINOAMERICANAS

Según Sosa, Hernández y Arencibia (2007) durante la historia de la humanidad los seres humanos han explotado los recursos naturales desmesuradamente, lo que ha

traído consigo diversas afectaciones a flora y fauna. Con el fin de detener la explotación inmoderada se crearon diversas normas que finalmente no tuvieron mucho éxito. No fue sino hasta 1972 y gracias a la presión que ejercieron diferentes grupos de ambientalistas que se llevo a cabo la Conferencia Mundial sobre Medio Ambiente Humano, efectuada en Estocolmo, luego en 1992 se celebró la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, más conocida como Cumbre de Río o Cumbre sobre la Tierra y en 2002 se llevo a cabo la cumbre de Johannesburgo, todas con el objetivo de establecer directrices para enfrentar los problemas medioambientales.

Pero ¿están las empresas realmente interesadas en seguir regulaciones medioambientales?, según Ludevid (2004) este tema se puede comparar con la revolución del problema social durante los inicios del capitalismo donde se consideraba al recurso humano como un factor más de producción, durante este tiempo hablar de un pago mensual garantizado a los trabajadores, de seguridad social o de vacaciones generaba voces de protesta entre los empresarios quienes argumentaban que se vería afectada su competitividad ya incurrirían en mayores gastos. También afirma el autor que son hoy en día los países más desarrollados los que más invierten en bienestar social y sus empresas, altamente competitivas, han demostrado que estos gastos sociales se ven reflejados de forma positiva en la empresa. También se logra ver que son los países desarrollados los primeros en desarrollar conciencia ambiental y a demandar productos que protejan el medio ambiente.

Para el autor mencionado, hoy en día se vive una segunda revolución cultural dentro de las empresas las cuales ahora enfrentan un reto similar, solo que esta vez el elemento de cambio es el cliente final, quien hoy más que nunca se ha sensibilizado e interesado en el agotamiento de los recursos no renovables, así como en el deterioro medio ambiental y las repercusiones que esto puede traer en su bienestar. Sin

embargo, igual que hace ciento cincuenta años los empresarios afirman que incurrir en costos ambientales solo los llevará a acrecentar la crisis que ya presentan al competir globalmente con empresas principalmente asiáticas quienes manejan grandes volúmenes de mercancía a muy bajos costos y sin tener en cuenta gastos de tipo medioambiental.

El autor asegura que en éste caso también se demostrará que lograr un desarrollo sostenible no tiene porque relacionarse con pérdida de competitividad y por lo contrario se convertirá en una fuente de beneficios y oportunidades. A pesar de que las empresas incurrirán en gastos a corto plazo, se estima que estos se convertirán en ganancia y ventajas competitivas a largo plazo.

Chang (2007) enfatiza el hecho de que para los países en desarrollo contar con abundancia de recursos naturales hoy en día no es fuente de ventaja comparativa, propone que su aprovechamiento se regule bajo normas de control que aseguren su permanencia en el tiempo, para que de esta forma se conviertan en ventajas competitivas. Para lograr esto es importante implementar instrumentos que controlen la contaminación y el uso deficiente de los recursos.

Porter (1990) también sugiere *“las regulaciones gubernamentales estrictas pueden fomentar ventajas competitivas mediante la estimulación y el mejoramiento de la demanda local, los estándares estrictos orientados al rendimiento, la seguridad del producto y el impacto ambiental obligan a las empresas a mejorar la calidad, a mantenerse a la vanguardia de la tecnología y a ofrecer características que satisfagan las demandas sociales” p. 8*

Afirma Chang (2007) que diversos países han implementado varias estrategias con el fin de reducir las externalidades negativas que trae consigo la contaminación, implementando instrumentos económicos que tienen como objeto proteger el medio ambiente y así generar un uso medido y sobretodo sostenible de los recursos.

Si bien es cierto, hoy en día existen diferentes normas para regular los factores contaminantes dentro de las empresas como dicen Panayotou y Vincent (2000) no es suficiente que un país tenga normas ambientales, lo más importante es hacerlas cumplir y ver los resultados. Es importante que las regulaciones sean claras ya que aquellas que se modifican con frecuencia solo crean incertidumbre. De otra forma la sociedad estará en el mismo lugar que antes de los años 70 cuando aunque existían algunas normas medio ambientales no se ejercía ningún control sobre las mismas.

Mostrando otro punto de vista, no el de cómo ganar competitividad mediante regulaciones sino ganar competitividad no implementando ningún tipo de medida o medidas flexibles, Fernández-Bolaños (2006) haciendo referencia a Baumol y Oates dice que la política medioambiental afecta directamente al comercio internacional, toma como ejemplo dos países uno pobre y uno rico, uno de estos adopta medidas medio ambientales mientras que el otro no, a largo plazo el país que no adopto las medidas se vuelve más competitiva en el bien contaminante mejorando así su balanza comercial, todo a expensas de convertirse en el sumidero internacional de la contaminación creada por producirlo. Vale la pena preguntarse si este bien, teniendo en cuenta las condiciones del mercado, tendrá buena acogida dentro de este y por cuánto tiempo. Además qué tipo de repercusiones, sociales y de salubridad, tendrá que afrontar la sociedad de esta nación por haber llevado a cabo la producción de un producto que al afectar el medio ambiente termina siendo nocivo para ella misma, generando un incremento en los costos de servicios médicos, que antes eran menores.

Aprovechando que en estos países no existen regulaciones fuertes, muchas empresas comenzarán a trasladar sus operaciones a estos lugares para así evitar cumplir con las regulaciones medioambientales impuestas en sus propios países, esto afecta directamente el bienestar de las naciones con nulas o bajas regulaciones.

Y es que aunque se evidencia un cambio en la sensibilidad de la gran parte de la sociedad, Gómez (2008), plantea que la sociedad tiende a relacionar la felicidad con la cantidad de bienes materiales que se posee lo cual trae consigo un incremento en la explotación de recursos, mientras aquella parte de la sociedad menos consumista imagina formas más ecológicas de recreación y consumo, la mayor parte de la sociedad busca adquirir productos de moda, desechando aquellos que ya no lo son, aunque los mismos estén en perfectas condiciones, este tipo de consumo es todavía más evidente en los productos electrónicos los cuales evolucionan día a día quedando obsoletos en poco tiempo.

Mientras parte de la sociedad impulsa la creación de regulaciones ambientales, estas normas no se cumplen, como sustenta Chang (2007) en un estudio encargado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (PAC), de Guayaquil, cuyo objetivo era determinar la efectividad del esquema regulatorio e institucional ecuatoriano sobre el cumplimiento de las regulaciones ambientales y evaluar la influencia que ejercía el mercado en el desempeño ambiental de las empresas. Los resultados mostraron que el marco regulatorio no ha promovido el cumplimiento aunque esta tendencia es cambiante y a pesar de la presión que ejerce la comunidad en busca de que las empresas mejoren su desempeño ambiental esto no es relevante para las mismas. Las empresas están ignorando un mercado potencial.

Sosa, Hernández y Arencibia (2007) dejan claro que aunque implementar un sistema medio ambiental más estricto conlleva a incurrir en costos para adaptar los procesos y productos a criterios amables con el medio ambiente, los mismos pueden verse amortizados mediante la reducción de los costos que se generan con el despilfarro y la mala imagen que se crea en los consumidores. Según una encuesta realizada en España un 78% de los consumidores evitaría comprar un producto si supiesen que su fabricante lleva a cabo practicas que perjudican el medio ambiente. Nuevamente se evidencia que una empresa que implemente un sistema de desarrollo sostenible es altamente competitiva dentro del ámbito global.

De igual forma resaltan los autores que las buenas políticas medio ambientales generan un factor diferenciador en lo referente a calidad, marca, envase entre otros lo cual hace que estos productos se hagan más competitivos para los consumidores, quienes dicen preferir productos ecológicos si existe una igualdad en precios y calidad e incluso están dispuestos a pagar un mayor precio por dicho bien.

Pueden existir bastantes teorías acerca de un tema, pero no sirven de mucho si no van demostrados con casos reales, Chang (2007) ilustra un estudio realizado por Elsa Galarza (2006), de la Universidad del Pacífico, donde plantea los beneficios económicos que se podrían generar en el caso pesquero en Perú de adoptar este un sistema de desarrollo sostenible. Este análisis centra su atención en los beneficios que se obtendrían del tratamiento del agua con bombeo. El resultado del estudio refleja que el tratamiento permite una recuperación total del volumen del pescado fresco desembarcado de entre 3% y 7%, esta recuperación permite aumentar la producción de harina logrando una ganancia extra en el mercado. Esto convertiría una ventaja comparativa en una ventaja competitiva.

El autor afirma que de esta forma el análisis muestra los beneficios competitivos que se adquieren al implementar actividades ambientales y también resalta los costos de oportunidad que generaría no implementarlas. Realizándolas, se podría obtener mayor rendimiento y por el contrario si no se efectúan se deja de recibir divisas. La recuperación de sólidos permite obtener una mayor cantidad de harina con un mismo volumen desembarcado por lo tanto la productividad será mayor mientras menor sea el rendimiento de pesca. Durante 1990 y 1994 cuando aun no estaba dada la Ley de los Programas de Adecuación al Medio Ambiente (PAMA) se obtuvo un rendimiento promedio de 4,88. Mientras que durante 1997 y 2000 el promedio fue de 4,42.

Según Vargas (2009) a medida que las naciones se abren, las políticas ambientales son fuente de flujos de comercio e inversión lo que genera efectos en la competitividad de las empresas. Sin embargo no se puede decir que todas las políticas sean positivas o negativas porque incluso hay algunas que no genera impacto alguno.

Murillo y Arias (2009) aseguran que en la economía se viene presentando una mayor demanda de productos tecnológicos que cumplan con las reglas internacionales de producción sostenible y de aquellos productos en general que se puedan identificar como ambientalmente amigables. La demanda de estos productos se da mayormente en los mercados europeos y en el estadounidense, esto se da principalmente por las exigencias tanto de las empresas como de los consumidores. Es en estas culturas donde el incremento de consumo de productos saludables y que protegen el medio ambiente se ha visto con mayor fuerza.

En el caso de Costa Rica continua el autor, el país ha desarrollado capacidad innovadora en el tema ambiental, creando condiciones para que los diversos programas sean sostenibles tanto ambiental como financieramente, además han creado incentivos

económicos para el productor para de esta forma promover el uso adecuado de los recursos naturales. Este nivel de innovación se ha incentivado y desarrollado en diversas aéreas, entre otras se puede mencionar tecnologías limpias, producción orgánicas y ecoturismo. Costa Rica es un ejemplo para la región, siempre se ha caracterizado por su inversión en desarrollo y tecnología, y en esta ocasión demuestra que aunque aún tiene mucho que desarrollar ya están comenzando a vislumbrar y a desarrollar sus capacidades para suplir una nueva necesidad del mercado.

Según el informe de la revista Deloitte “consumidor 2020: leyendo las señales” los consumidores del futuro tendrán que pagar elevados precios por alimentos cuya oferta se verá disminuida debido a los cambios climáticos, estos consumidores valoraran mas los productos saludables y darán mayor valor a la producción sostenible. Debido a esto las empresas tendrán que reestructurar su oferta desarrollando productos que satisfagan este nuevo estilo de vida.

Según el informe mencionado los productos eco amigables se adueñaran del mercado, algunos de los factores que llevaran a esto serán: los elevados costos de los combustibles; la educación, creará conciencia en las personas acerca de la huella de carbono lo que creara cambios en hábitos tales como alimentación, energía, reciclaje, transporte, maquillaje, ropa y electrónicos; interés propio, influyendo el valor percibido y beneficios para la salud; incentivos positivos o negativos como son compensaciones para los recibos de energía con bajos consumos entre otros; falta de alternativas, diferentes medidas regulativas impedirán la entrada de productos no eco amigables.

A pesar de que este estudio está enfocado en el año 2020 hoy en día ya se está viviendo el boom de los productos eco amigables, como lo dice Gonzales (2010) los productos eco amigables aquellos beneficiosos al medio ambiente se están imponiendo

en el mercado. En diferentes industrias como la textil y tecnológica se están popularizando este tipo de productos, sin embargo, plantea Gonzales, para muchos esta puede ser solo una moda pasajera. También resalta que no importa los motivos, la popularidad que están alcanzando estos productos no tiene precedentes y están ayudando a la causa ambiental y además está buscando la eliminación de dependencias de combustibles fósiles mediante la investigación de energías renovables.

Con el fin de garantizar al consumidor una producción amigable con el medioambiente y beneficiosa socialmente ya se han creado sistemas de acreditación, como menciona Stoian (2006) en el sector agrícola se encuentra el estándar orgánico de la Comisión de la Unión Europea (EEC 2092/91), el sistema de la Federación Internacional de los Movimientos de la Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés), el Programa Orgánico Nacional (NOP, por sus siglas en inglés) de los EE.UU., y el sello verde del Ministerio de Agricultura de Japón (JAS, por sus siglas en inglés). Si bien es cierto que para obtener dichas certificaciones internacionalmente reconocidas, las empresas tendrán que incurrir en costos, aclara el autor, las empresas que cuenten con estas certificaciones tendrán acceso a determinados segmentos o nichos del mercado, donde los consumidores relacionan además de los atributos medioambientales atributos relacionados con su bienestar, otorgándole mayor valor. Estos certificados son muy importantes para regiones como la latinoamericana, ya que es en esta región donde se concentra la mayor producción de bienes agrícolas.

Para Ortiz (2007) Factores ambientales y socioeconómicos están cambiando el factor competitivo de las empresas, para que una empresa sea competitiva en estos años deben implementar diversas medidas en cuanto a ética ambiental empresarial. La sostenibilidad se convierte en un punto de entrada a los mercados, hoy en día las diferentes regulaciones implementadas en diversas legislaciones nacionales han ido

evolucionando con el fin de generar responsabilidad ambiental en los negocios, el costo de los recursos incrementa constantemente, las inversiones con conciencia social han incrementado durante los últimos años, los accionistas de las empresas cada vez mas se preguntan por creación de valor en las empresas en las cuales invierten mas alla de rendimiento financiero buscan reputación de marca, la contaminación es vista como una gran amenaza para el bienestar de la sociedad.

Para este autor, considerar la sostenibilidad genera un proceso de cambio en las empresas quienes se ven obligadas a cambiar diversas prácticas que tradicionalmente se han ido desarrollando y explorar nuevos patrones de producción y consumo que abrirán nuevas oportunidades en el mercado.

Continua el autor diciendo que a diferencia de otras compañías las empresas sostenibles tienen como factor competitivo el desarrollo y mejora ambiental lo que genera mayor expansión y aumento en las utilidades, para lo cual mantienen un enfoque lineal concentrándose en mejoras continuas y generación de oportunidades ambientales.

Los avances de estas empresas, continua Ortiz, encuentran su base fundamental en nuevos procesos, incluyendo tecnologías más limpias, programas de reciclaje dentro de la organización y sistemas de gestión ambiental.

Según el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible de América Latina (CEDSAL) (1996) a pesar de que se han realizado diversas reformas económicas en la región, America latina debe encontrar una forma sostenible de producción para ser competitiva en el comercio internacional, esto con el firme propósito de crear un

crecimiento económico perdurable a través del tiempo pero que permita mantener los recursos naturales con los que cuenta la región.

CEDSAL También propone que en lugar de aumentar el consumo de productos la región debe aprender a ahorrar e invertir mas y por supuesto producir y comercializar mayor cantidad de productos pero utilizando menor cantidad de recursos. Esto tendría que ir acompañado de un cambio estructural dentro de las industrias y de lograrlo se crearía una ventaja comparativa en cuanto a producción y comercio. El poder adquisitivo de los mercados alrededor del mundo impulsan obligatoriamente a crear nuevas formas de producción, consumo y comercio que sean socialmente solidas. Para lograr estos objetivos será indispensable dejar el individualismo de lado, creando alianzas beneficiosas para las partes.

Para CEDSAL “La competitividad y la eficiencia son elementos clave para el éxito empresarial en una economía mundial en integración. Los mercados abiertos demandan mejores relaciones entre calidad y precio, más rapidez en el servicio y en la innovación. La competitividad implica eficiencia en el uso de todos los recursos: naturales, humanos, sociales, institucionales y financieros. El know-how, la motivación, las habilidades de los empleados y su nivel de educación, así como el acceso a información e ideas, adquieren cada vez mayor importancia. El uso racional de los recursos es aún más importante que la disponibilidad de recursos naturales a bajo costo; y la generación de valor agregado en la producción de bienes y servicios es más importante que la sola exportación de materias primas.

El desarrollo sostenible requiere de una visión a largo plazo. La inseguridad, los cambios rápidos en las condiciones legales y políticas, las reglas poco confiables y predecibles, así como los derechos de propiedad inciertos, dificultan la confiabilidad y la

predictabilidad necesarias para la inversión, y llevan, consecuentemente, al "cortoplacismo". Nuestras reformas institucionales deben, por tanto, fomentar la confianza en las reglas del juego, la credibilidad en las instituciones, la aplicación de las leyes y la justicia para todos; esto implica instituciones públicas y privadas independientes, eficientes y responsables." (P.2)

Por lo tanto para CEDSAL el medio por el cual las empresas ayudan a generar competitividad a las naciones es mediante la eco-eficiencia es decir el desarrollo sostenible. Esto implica agregar mayor valor a los productos y servicios, consumiendo menos materiales y eliminando o produciendo menos contaminación durante sus procesos. Sin embargo para lograr esto las empresas no deben estar solas, las medidas implementadas por los gobiernos son fundamentales para la creación de confianza e incremento de inversión.

CONCLUSIONES

El desarrollo sostenible es un tema del cual se está hablando mucho en el ámbito global, esto se da debido al deterioro generado en el medio ambiente producido por el derroche y mal uso de los recursos del entorno, esta tendencia comienza alrededor de los años 70, cuando por primera vez se comienza a hablar de medidas medioambientales, como consecuencia de la ya notable explotación desmesurada de los recursos que se da durante la época.

Desde el comienzo, estas medidas han sido tomadas por los empresarios como un costo en el cual deben incurrir sus organizaciones, es por esto que las medidas regulatorias no han dado los resultados esperados ya que en realidad no ha existido una implementación de las mismas.

Hay críticos que afirman que esta es una nueva revolución cultural y que los empresarios se comportan de la misma forma que hace cincuenta años cuando se comenzó a hablar de revolución social, donde el trabajador era considerado un factor más de la producción y se consideraban que garantizarle el debido bienestar social era incurrir en costos. Esta misma situación se vive hoy en día en temas medioambientales.

De lo que tal vez no se han dado cuenta los empresarios es de la importancia que le otorga el consumidor final a estos temas, en un mundo que cada vez se encuentra mejor informado y se está concientizando del daño medioambiental, gran parte de los consumidores de países desarrollados ven en los productos medioambientalmente amigables un valor agregado.

Para que las empresas comiencen a implementar las medidas regulatorias, es necesario que los gobiernos ejerzan un control estricto sobre dichas medidas. Una vez las medidas se estén implementando debidamente, los países comenzaran a demandar productos eco-amigables y no tendrán cabida aquellos que no lo son.

Es por esto que las naciones Latinoamericanas, cuyos países son principalmente productores del sector agrícola e industrial, deben comenzar a mejorar sus procesos de producción, incluso antes de que esto sea mandatorio. Si las empresas latinoamericanas estudian este mercado creciente y satisfacen sus necesidades encontrarán una fuente de ganancias y ventajas competitivas, ya que hoy en día el sólo contar con los recursos naturales no genera competitividad alguna, para que esto se cumpla deben existir normas estrictas, únicamente de esta forma el aprovechamiento de los recursos será perdurable en el tiempo.

Si bien es cierto que implementar un sistema de desarrollo sostenible requiere inversiones de dinero, estas se deben observar como tal, ya que en primera instancia la empresa comenzará a notar una disminución en costos derivados de desperdicios y la mala imagen corporativa que estos generan y segundo porque existen encuestas que certifican que consumidores de países desarrollados están dispuestos incluso a pagar un precio más elevado por aquellos productos que certifiquen ser eco-amigables.

Las empresas que decidan llevar a cabo estas medidas obtendrán beneficios en lo referente a calidad y marca entre otros, lo cual generará a que su imagen sea más reconocida a nivel mundial, lo cual tiene un efecto directo sobre la economía de su país, debido a que también crea una imagen beneficiosas para este, sin contar que la rentabilidad que obtengan las empresas por la comercialización de sus productos a nivel internacional también afectan la economía nacional.

Si las empresas logran satisfacer las necesidades de estos mercados, la producción de las mismas aumentará ya que está visto que la tendencia del consumo de estos productos está incrementando, esto tendrá otro efecto positivo dentro de las naciones ya que a mayor producción mayor necesidad de mano de obra, factor muy importante para las economías latinoamericanas, las cuales cuentan con grandes índices de desempleo. Este factor genera un efecto domino dentro de la sociedad, pues a mayores ingresos se incrementa el poder adquisitivo de las personas quienes además de invertir en bienes materiales invertirán en educación, factor primordial para el desarrollo socioeconómico de un país.

La tarea de los países latinoamericanos es buscar la forma de satisfacer las necesidades de un cliente extranjero que está demandando productos en los cuales la región es rica pero a los cuales se les debe generar un valor agregado y enviar como producto final.

La demanda de productos eco-amigables está en auge, los clientes buscan productos que les asegure su bienestar y el de sus descendientes, los mercados europeos y estadounidense están preocupados por su bienestar y están demandando productos que satisfagan sus necesidades e incluso están dispuestos a pagar un mayor precio si saben que es en pro de su salud y bienestar.

El derroche de materiales ha sido siempre un problema para las empresas quienes en muchas ocasiones no se dan cuenta de los costes en que están incurriendo, si prestaran más atención a sus procesos de producción se darían cuenta que existen formas de mejorar su productividad y que a la vez les daría una ventaja competitiva.

Por otro lado si Latino América no adopta medidas de regulación, se convertirá en el lugar a donde las empresas trasladaran sus fábricas, fábricas que si bien pueden generar empleo para sus ciudadanos, estarían allí solo porque en sus países si se han adoptado medidas para detener la contaminación que estas empresas crean, de esta forma las empresas sólo buscaran un lugar donde puedan continuar llevando a cabo sus funciones y además no tengan que pagar altos salarios a sus trabajadores.

América latina se convertiría en el “botadero de basura”, el centro de contaminación mundial, afectando así la salud de sus ciudadanos, arrasando con sus recursos naturales de forma indiscriminada y sin importancia alguna, y la economía de

la nación no vería los “frutos” de esta explotación debido a que si bien las fabricas están en sus países, las inversiones realizadas con el dinero recaudado se llevarían a otros lugares.

De esta forma queda en manos de los empresarios y de los gobernantes de las naciones el futuro de su sociedad, ¿desean aprovechar esta nueva ventaja que se está presentando, incursionar en un mercado relativamente nuevo, que ofrece grandes oportunidades de crecimiento, incursionar con productos por los cuales el consumidor está dispuesto a dar más dinero, lo cual generaría mayor rentabilidad, un mercado en el que si bien al principio requerirá de gran esfuerzo e inversión pero que después comenzará a dar sus frutos, o tal vez esperaran a que no haya más alternativa que implementar las medidas porque de otra forma no podrán continuar en el mercado, porque ya es muy tarde y los costos de perder terreno en el comercio mundial son más altos que haber invertido en un comienzo, o tal vez se conformaran con convertirse en el botadero de desechos del mundo?.

BIBLIOGRAFÍA

Boada, A. (2007). *Negocios y sostenibilidad más allá de la gestión ambiental*. Colombia: Editorial Politécnico Grancolombiano.

Chang, L. (2007). *Construyendo el dorado: lecciones del programa andino de competitividad - PAC*. Venezuela: Corporación Andina de Fomento.

Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible de América Latina (1996). *Desarrollo sostenible en América Latina* [en línea]. Disponible en <http://www.sistema.itesm.mx/misc/bcsd-la/eagenda.htm> consultado, 10 de junio de 2011.

Deloitte (2011). Consumer 2020, reading the signs [en línea]. Disponible en http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Netherlands/Local%20Assets/Documents/EN/Industries/Consumer%20business/nl_en_cb_consumer_2020.pdf consultado, 14 de junio de 2011.

Fernández-Bolaños, A. (2006). Incidencia de la política medioambiental en la actividad económica. España: Universidad Complutense de Madrid.

Gonzales, H (2010). La nueva moda de productos eco-amigables [en línea]. Disponible en <http://www.suite101.net/content/la-nueva-moda-de-productos-eco-amigables-a21705> consultado, 10 de junio de 2011.

Ludevid, M. (2004). La gestión ambiental de la empresa. España: Editorial Ariel.

Murillo, C. y Arias, R. (2009). Biocomercio: una alternativa para el desarrollo sostenible. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

Panayatou, T y Vincent, J. (1997). Regulación del medio ambiente y competitividad. España: Mundi-Prensa.

Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. España: Compañía Editorial continental.

Sosa, M. Hernández, F y Arencibia, Y. (2007). La contabilidad de gestión y el medio ambiente en la empresa. Argentina: El Cid Editor.

Stoian, D (2006). Mercados de Productos Verdes Certificados [en línea]. Disponible en <http://procasur.org/mercadosverdes/wp-content/uploads/2009/06/mercado-de-productos-verdes-certificados.pdf>, consultado, 10 de junio de 2011.

Vargas, J. (2009). Economía política ambiental global e internacional. Perú: Red Académica Iberoamericana Local-Global.