

Contabilidad de Gestión Medioambiental



La Gestión Medioambiental y el Ejecutivo,
por **José Francisco Elorriaga**

Entrevista con Luis Maestre, director de la Agencia de Medioambiente de la Comunidad de Madrid

Aspectos Fundamentales de la Contabilidad Medioambiental en el Reino Unido,
por **A. M. Aziria y F. K. Birkin**

La Estrategias Energéticas de la Comunidad Europea y el Medio Ambiente, por **José Donoso Alonso**

STAFF

Junta Directiva de AECA

PRESIDENTE

José Barea Tejeiro

VICEPRESIDENTE 1º

Leandro Cañibano Calvo

VICEPRESIDENTE 2º

Rafael Muñoz Ramírez

SECRETARIO GENERAL

Eduardo Bueno Campos

VICESECRETARIO GENERAL

Jesús Lizcano Alvarez

TESORERO

Enrique Campos Pedraja

CONTADOR

Carlos Cubillo Valverde

BIBLIOTECARIO

Enrique Fernández Peña

CONSEJEROS

Ignacio Casanovas Parella

Carlos Egea Krauel

Augusto Gutiérrez Robles

José Luis López Combarros

Rafael López Mera

Enrique Martín Arcos

Miguel Martín Fernández

José I. Martínez Churiaque

Ignacio Montaña Jiménez

Enrique Ribas Mirangels

José Rivero Romero

Pedro Rivero Torre

Manuel Vela Pastor

José Antonio Yanes Estrada

Raul Oscar Yebra Cemborain

Director Gerente de AECA

José Luis Lizcano Alvarez

Maquetación

ARÉS estudio gráfico

Impresión

Ediciones Gráficas Ortega
Avda. Valdelaparra, 35 - Tel. 661 78 58
28100 Alcobendas (Madrid)

Depósito Legal: M. 17107-1987

Boletín 32

2º Cuatrimestre de 1993



ASOCIACION
ESPAÑOLA
DE CONTABILIDAD
Y ADMINISTRACION
DE EMPRESAS

DECLARADA DE UTILIDAD PUBLICA

Alberto Aguilera, 31 - 5º
Tels.: (91) 547 44 65-559 12 27-547 37 56
Fax (91) 541 34 84
28015 Madrid

Apartado de Correos 8.109
28080 Madrid

Sumario

EDITORIAL	3
• Competitividad Empresarial y Medio Ambiente	
TRIBUNA DE OPINION	4
• La Gestión Medioambiental y el Ejecutivo Por José Francisco Elorriaga	
EN PORTADA	8
• Contabilidad de Gestión Medioambiental	
CONGRESOS, ENCUENTROS, REUNIONES	10
• 18 Congreso de la American Accounting Association	
• 17 Congreso Anual de la European Accounting Association	
• V Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad	
• Medio Ambiente e Industria Eléctrica	
• Quinta Conferencia de los Países de Asia y el Pacífico en temas de Contabilidad Internacional	
• Simposio Internacional sobre Contabilidad y Administración de Empresas en China	
• Workshop EIASM	
• IV Forum del Auditor Profesional	
• I Conferencia Iberoamericana de Ciencias Contables	
COMISIONES DE ESTUDIO	17
PUBLICACIONES	21
HABLAMOS CON	35
• Luis Maestre, director de la Agencia de Medioambiente de la Comunidad de Madrid	
MIRADOR INTERNACIONAL	43
• Aspectos Fundamentales de la Contabilidad Medioambiental en el Reino Unido, por A. M. Aziria y F. K. Birkin	
CONTEXTO	41
• Las Estrategias Energéticas de la Comunidad Europea y el Medio Ambiente	
PERFILES	44
• Pedro Rivero Torre	
NOTICIAS	46
• Convocatorias	
• AECA, consultada	
• Fuentes Quintana, premio "Rey Jaime I" de Economía	
NUEVOS ASOCIADOS	47

anexo al boletín aeca

- VII Congreso AECA en Vitoria-Gasteiz

Competitividad Empresarial y Medio Ambiente

En el número anterior del Boletín AECA reconocíamos el alto valor de la Innovación como factor estratégico de la empresa de cara a la consecución de la tan perseguida y necesaria competitividad.

En esta ocasión, destacamos el papel estratégico que una adecuada política empresarial en relación al medio ambiente tiene en la carrera hacia la competitividad de la empresa.

Un entorno social cada día más concienciado sobre los problemas de erosión del medio ambiente demanda de forma creciente bienes y servicios respetuosos con éste.

Aquellas empresas que sean capaces de cumplir eficientemente con los requisitos medioambientales impuestos por su demanda adquirirán, indudablemente, un factor importante de competitividad.

Como efecto beneficioso directo para la empresa con inquietud medioambiental mencionamos la necesaria modernización de la organización a diferentes niveles: implantación de nuevas tecnologías en procesos productivos, nuevas motivaciones para el trabajador, relaciones más cordiales con el entorno (clientes, proveedores, autoridades), etc.

Por otra parte, volver la espalda a criterios medioambientales lleva asociado riesgos importantes que pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa. Nos referimos, principalmente, a los efectos negativos a nivel económico y de imagen corporativa que pueden producir las sanciones legales impuestas por infracciones cometidas contra el medio ambiente.

No debemos olvidar, finalmente, la actividad económica que genera la preocupación por el medio ambiente: la gestión de residuos urbanos tóxicos y peligrosos, la industria de bienes de equipo, y los servicios de consultoría y auditoría medioambientales son algunos negocios generadores de empleo que tienen cada día mayor peso específico en el conjunto de la actividad económica de un país.

Este Boletín AECA recoge en sus páginas diversos aspectos de la problemática medioambiental, planteándose como principal objetivo apoyar la difusión de las ideas ecológicas, paso previo para la concienciación y posterior aplicación de los criterios de protección al medio ambiente ■

La Gestión Medioambiental y el Ejecutivo

por José Francisco Elorriaga *

El artículo de José Francisco Elorriaga sobre la gestión del medio ambiente y el importante papel del ejecutivo en la aplicación de principios de gestión ecológicos en la empresa, critica la habitual justificación por parte de éste a la hora de enfrentarse a la situación medioambiental de su empresa en coyunturas de crisis económica como la actual: "Es difícil justificar que el ejecutivo se quede esperando a que pase la crisis económica y poder entonces ponerse a pensar en los problemas medioambientales".

De manera clara y precisa se presentan a lo largo del texto algunos de los riesgos y oportunidades que la empresa tiene ante la necesidad de adaptar lo antes posible su organización y procesos productivos a la demanda social de preservar el patrimonio natural de la humanidad para las generaciones venideras.

Esta sección tiene por objeto reproducir artículos de interés para el colectivo integrado en AECA. Las colaboraciones que se incluyen en ella van firmadas por los autores y no se corresponden necesariamente con las opiniones de la Asociación, que tan sólo pretende ofrecer un espacio para plantear y debatir temas de actualidad para el mundo profesional y académico relacionado con la Contabilidad y la Administración de Empresas.

No se ha concienciado suficientemente a los actuales directivos de las empresas para gestionar las variables medioambientales que tienen importancia en su compañía y tampoco se ha conseguido que la sociedad ejerza una fuerte demanda en todos los aspectos del entorno medioambiental para provocar la reacción de las empresas para satisfacerla.

Solamente aquellas compañías que han tenido algún "susto" procedente de las autoridades medioambientales o de sus clientes con capacidad de exigir productos fabricados con cuidado al medio ambiente han efectuado una modificación significativa de sus operaciones para responder a lo exigido y así evitar la repetición de las sanciones, multas, cierres, etc., o poder seguir suministrando los nuevos pedidos cursados por sus poderosos clientes.

Tampoco quiero ser pesimista y dejaré un cierto lugar de honor para aquéllos que voluntariamente se han acomodado a la normativa vigente y, desde luego, pueden considerarse absolutamente meritorios a los que, además de pagar el coste de la adaptación a la normativa, han sabido sacar de todo ello una ventaja competitiva importante por medio de la gestión de las oportunidades ecológicas haciendo uso de ellas de una manera sincera, oportuna y rápida.

El panorama medioambiental nacional viene enturbiado por la crisis económica que sirve de panacea para justificar verdades y muchas otras ineficacias que encajan dentro del desánimo general y apatencia por arrinconar la gestión medioambiental como si de un lujo se tratara, y con ello se acepta que es materia que puede dejarse hasta que lo realmente importante se resuelva.

En estas líneas sólo pretendo contribuir a la formación de los ejecutivos para que sean conscientes de lo que realmente significa la gestión medioambiental y favorecer una reacción proactiva para no tener que soportar las pérdidas que pueden producirse. Como decía un profesor de mi universidad: "Las pérdidas pueden proceder del lucro cesante o del daño emergente", y ambas formas de perder están perfectamente reflejadas en la actual actitud inoperante de tantas empresas en las que se habla mucho del medio ambiente, pero se hace muy poco.

La gestión medioambiental dentro de la empresa está enfocada a la organización, control y funcionamiento de las variables medioambientales que tienen tanta singularidad e importancia como cualquier otra área sometida a la responsabilidad de la gestión por parte del directivo: personal, compras, tesorería, etc.

Un ejecutivo, un empresario, un directivo, no suelen -porque no deben y no pueden- permanecer insensibles e inactivos ante problemas y riesgos graves

que amenacen a la empresa y/o ante oportunidades magníficas de obtener beneficios para su empresa. Actualmente la respuesta empresarial es pobre ante los retos y las oportunidades ofrecidas por las variables medioambientales.

Resulta difícil comprender por qué es así. Personalmente creo que hay poca formación e información creíble en esta materia, ya que siempre que hemos realizado un sencillo diagnóstico medioambiental y se han puesto de manifiesto las ventajas y las debilidades del comportamiento medioambiental de la empresa, la reacción empresarial ha sido rápida y efectiva. Esta reacción no siempre ha llevado a realizar costosas inversiones o incurrir en gastos fuera de lo aceptable. En muchos casos se han obtenido beneficios, ventajas económicas y se han ganado cuotas de mercado. También en ocasiones se ha procedido a la mentalización y clarificación de la situación. Se han evaluado y sopesado soluciones. Se ha llegado hasta el Consejo de Administración y, en ocasiones, la respuesta ha sido actuar, ejecutar y en otras, ha sido asumir, aceptar conscientemente posponer la acción hasta una ocasión más oportuna, pero en todos los casos se ha conseguido asegurar que no se pueda, por sorpresa, aniquilar tantos años de esfuerzos y tantas esperanzas económicas y profesionales. Al menos, la situación está ahora identificada y la solución está en camino. En muchos casos, tener preparada una respuesta de la empresa en estas materias, que sea rápida y demostrativa, con evidencias certificadas por terceros independientes, puede ser bastante para acallar tantos ataques injustos que muchas empresas reciben de diversas fuentes en este área.

Quiero citar brevemente algunos retos y oportunidades que hemos identificado en el área de gestión medioambiental a través de las actuaciones de nuestro Departamento de Consultoría específico.

Áreas de Riesgo

1. LEGISLACION

Existente y en vías de adopción. Existe actualmente traspuesta a la legislación española y, en algunos casos, también desarrollada por algunas comunidades autónomas, una gran cantidad de piezas legislativas de la CEE.

Se dice, con acierto, que esta legislación es confusa, difusa y profusa. Sobre todo, hay que considerar que en muchos sectores industriales, las empresas pueden estar incursas en más de 100 preceptos legislativos en lo que se refiere a su comportamiento medioambiental.

No debe pensarse que sólo afecta a algunas empresas especiales. La legislación es rigurosa y también para las PYMES y para muchos sectores industriales. Hay que conocer la legislación aplicable y evaluar si se sigue o si no, cuál es el riesgo que se corre y el coste del cumplimiento. También existen importantísimas leyes en vías de adopción sobre cuestiones que afectarán a las decisiones de las empresas en cuanto a productos a fabricar, equipos, transportes, embalajes, desperdicios, uso de energías, agua, contaminación

atmosférica, ruido, responsabilidad objetiva, ecoetiquetaje, etc.

2. RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Grande y grave desarrollo de la responsabilidad empresarial (administradores, ejecutivos, técnicos, personal de base, etc.) se está materializando en cuestión de daños al medio ambiente y por incumplimientos de la legislación vigente.

La acción es pública y el libre acceso a la información medioambiental que dispone la Administración se está consagrando como un derecho cuyo uso traerá inmediatas consecuencias a muchas mesas de los ejecutivos afectados.

El delito ecológico, las sanciones de hasta 200 millones de pesetas, cierres totales, parciales, temporales, etc. están siendo cada vez más frecuentes.

Desafortunadamente, estamos en precario en cuanto al aseguramiento mediante pólizas de seguro, de una manera efectiva, de la responsabilidad por la contaminación (restitución, indemnización, etc.) y de los daños medioambientales y parece que tardarán en estar disponibles estos seguros, entre otras causas, por falta de demanda por parte de los usuarios.

Cuando en este sentido se analizan las coberturas de seguro existentes en el extranjero y se asume que, en el mejor de los casos, serán así las pólizas en su día en nuestro país, puede observarse que se requerirán auditorías medioambientales serias para conocer y evaluar el riesgo a cubrir y, desde luego, un cumplimiento de los mínimos legales establecidos y la adopción de medidas suficientes de prevención, control y seguimiento.

3. PERDIDAS DE MERCADOS

La constante preferencia, sobre todo de cara a las exportaciones, de productos adecuados con las exigencias medioambientales está provocando que los mercados tradicionales sufran convulsiones de magnitudes no conocidas: pleitos ante tribunales europeos por competencia desleal al practicarse precios que se consideran inferiores y desleales porque son consecuencia de no cumplir la normativa medioambiental y no tener por ello los correspondientes costes incorporados en el producto o servicio. Pérdidas de ventas por no ser tan ecológicos como los competidores. Pérdida de imagen por reivindicaciones y acusaciones de terceros, etc.

Otras situaciones complicadas surgen por ayudas oficiales que cada vez se tienen más difíciles de obtener porque los países extranjeros, ya adaptados, presionan para que no se favorezca deslealmente a sus competidoras. Reto de alcanzar las Ecoetiquetas, bien sean las nacionales de los países (y no sólo las de la CEE, como son los casos de Japón y Canadá) sino también la de la CEE que va a tener tanto apoyo para que el gran público conozca su significado y decante sus preferencias de compra hacia los productos con este marchamo.

Muchos clientes están imponiendo nuevas especificaciones de carácter ecológico a los productos que vienen adquiriendo de sus proveedores, y si no lo

hemos detectado en todos los casos, estamos seguros aparecerá tarde o temprano en la gran mayoría para provocar la pregunta que el empresario debería hacerse ahora: ¿Estoy preparado para responder a los requerimientos básicos de carácter ecológico que mi producto debe cumplir para responder a la inminente demanda de mi cliente?. ¿Dispongo, al menos, de la información de qué y cuándo lo podré hacer?.

4. NUEVAS EXIGENCIAS POR PARTE DE LA BANCA

Aún están los bancos españoles despistados en esta materia pero, como suele ser frecuente, en cuanto empiece uno lo harán todos y será un requisito indispensable a la hora de obtener apoyo financiero, vía préstamos o inversiones, el poder demostrar con una auditoría medioambiental cuál es el riesgo por incumplimientos ecológicos que se soporta como antecedente necesario para evaluar los riesgos de recuperación por parte del prestamista o inversor.

No me consta que la banca analice sistemáticamente el valor real de los terrenos y edificios e instalaciones que tiene como garantía de operaciones cuando su calidad medioambiental puede afectar gravemente al valor de respaldo de la operación que garantiza estos actos.

Muchos incobrables en la banca pueden proceder porque, al no ser adecuado su comportamiento medioambiental, los clientes sufren cierres, sanciones, necesidades urgentes de financiación o pago de gastos de gestión de residuos, evitación de daños, etc., que repercuten en la capacidad de devolución del crédito recibido.

Esto es cuestión de tiempo, y me temo que falta muy poco para que la banca vea la necesidad de ser rigurosa en la concesión de préstamos e inversiones también por la parte del comportamiento medioambiental del solicitante.

5. INFORMACION MEDIOAMBIENTAL

Cada vez será mayor la demanda de información medioambiental e intentos de control por parte de sindicatos, trabajadores, ONG's, autoridades de todos los niveles, asociaciones y público en general.

Esta respuesta hay que saber darla y, para ello, hay que conocerse muy bien. Hay que ser muy cauto, pero también sincero. Prudentes, pero abiertos. Son demasiadas virtudes para una situación de salida tan precaria muchas veces por parte del ejecutivo, en cuanto al propio conocimiento de su comportamiento medioambiental.

Esta información deberá también obtenerse mediante una adecuada contabilidad de gestión y financiera-general, que recoja costes y beneficios de la actuación medioambiental y por la implantación de sistemas de control interno de la gestión medioambiental. Todo ello llevará a que los estados financieros, las cuentas anuales, el informe de gestión y la memoria anual que preparen las direcciones de las compañías, recojan y sean sometidas a la auditoría, las informaciones y los ajustes, asientos y previsiones que sean necesarios para reflejar adecuadamente la situación de la empresa que puede

estar tan afectada por las consecuencias de sus acciones y omisiones medioambientales.

6. ADQUISICIONES Y VENTAS DE NEGOCIO

Ya no se concibe una compra/venta de una empresa o de un activo de ella o negocio que no lleve implícita la realización de una auditoría medioambiental para identificar los riesgos, responsabilidades y gastos que significan para el adquirente de hacerse cargo del activo objeto de la transacción. Muchos precios de venta en operaciones de considerable volumen han sido reducidos para recoger el costo de cumplir con la normativa medioambiental que estaba totalmente ignorada por el vendedor.

Bien está mencionar todas estas fuentes de daño emergente que pueden incurrirse si los ejecutivos no están al día en la gestión de estas variables medioambientales, pero también debemos mencionar los beneficios que pueden obtenerse, y que si no se aprovecha de ellas se convierten en "lucros cesantes", como otra forma de perder a la que antes hacíamos referencia.

1. INCREMENTO CUOTAS DE MERCADO

Se puede, sin excesivo gravamen, llegar a entrar en procesos de mayores ventas y mejora de clientela porque nuestros productos responden a una normativa que no va a perjudicar los estudios de *cuna a tumba* que se pudieran realizar y, sobre todo, van a responder a las exigencias que nuestros clientes se impongan de cara a su propio mercado y en general, porque estamos en el lado de los *buenos* medioambientalmente hablando.

Ser pioneros en esto puede significar una ventaja competitiva envidiable. Además hay que pensar que tarde o temprano las normas serán más rigurosas y se acabarán imponiendo. Las exigencias no van a pasar como la moda.

El adoptar la normativa medioambiental y un comportamiento proactivo con ella es una exigencia que antes o después llega y confiar, como hicimos de pequeños, que el dentista nos mandara a casa porque se había puesto enfermo, aunque nos doliera la muela, no era realmente más que una deseada infantil autoengañifa que lamentablemente está siendo la realidad en muchas empresas a la hora de dar el paso de afrontar la realidad exigida por la normativa medioambiental.

Hay empresas y sectores que se protegen contra los competidores desleales (existentes o nuevos) que no están dispuestos a cumplir la normativa medioambiental.

Hay mercados que evitan la competencia desleal exterior cuando sus productos proceden de países o empresas que no están cumpliendo la normativa medioambiental.

2. NUEVOS PRODUCTOS, NUEVOS SERVICIOS, NUEVOS MERCADOS

Es interesante seguir la pista a la gran cantidad de negocios nuevos y oportunidades que surgen en todo el mercado como consecuencia de las nuevas exigencias en materia medioambiental.

Cada empresario tiene que conocer y consultar con expertos cómo podría maximizar su buen comportamiento medioambiental.

Los productos y servicios, la formación, la consultoría y auditoría, los análisis, estudios, tecnologías, creaciones, diseños, formatos y materiales relacionados con el medio ambiente no han hecho más que empezar y ya se cuentan por millones en Europa los puestos nuevos de trabajo que se han creado en relación a estas nuevas exigencias. ¿A qué esperamos?.

3. NUEVA IMAGEN Y MARKETING ECOLOGICO

Existe un campo inmenso, mal explotado hasta el momento, para avanzar con grandes ventajas competitivas cuando se diseña y comunica una imagen medioambiental por parte de una empresa de una manera sincera y profesional.

El marketing ecológico correctamente realizado aún no cuenta con buenos ejemplos en nuestro país y son pocas las empresas que lo usan adecuadamente.

Creo que lo importante es avanzar en medio ambiente. No es tanto evidenciar lo que hacemos mal o confirmar nuestra situación, cuanto demostrar un plan de mejora y luego reportar de los logros conseguidos.

4. AHORROS Y SUBVENCIONES

Son numerosísimos los casos en que el adecuado comportamiento medioambiental conlleva una transformación de procedimientos y modos de hacer que no necesariamente son caros de implantar y de los que se derivan inmediatamente ahorros importantes en los gastos de la explotación de la empresa que adopta esos nuevos procedimientos.

Generalmente estos ahorros proceden de:

- Ahorros energéticos, de minimización de residuos, ahorro de gastos generales, de mantenimiento, gestión de materias y stocks, tecnologías limpias de fabricación, distribución y transporte y planes de gestión medioambiental basados en buenos sistemas de información a la dirección.

- Las subvenciones de todo tipo existentes para el comportamiento medioambiental de las empresas son mucho más importantes y accesibles que los castigos y multas impuestas. No se puede ni creer cuantas veces se quedan sin adjudicar las ayudas oficiales previstas por falta de interés empresarial en ellas.

5. TECNOLOGIA DISPONIBLE

Afortunadamente las empresas españolas disponen de acceso a los profesionales y a las tecnologías más cualificadas para resolver los problemas medioambientales.

Desde los consultores de gestión, pasando por los gestores de residuos, ingenieros, abogados, análisis y laboratorios, auditores medioambientales, hasta los técnicos de toda clase, el empresario tiene a su disposición todos los medios de conocer su situación, acceder a la información y poder elegir a su entera satisfacción entre las disponibilidades más modernas y actuales en este campo para la solución de todos sus problemas medioambientales.

Nuestro departamento de consultoría accede a la red internacional de Coopers & Lybrand a nivel mundial y muchas de las soluciones *inventadas ya* pueden ser adoptadas con toda la garantía que proporciona el saber cómo ha resultado antes y recientemente en países como Alemania, Holanda o Estados Unidos. No cabe duda que en este área estamos a la altura de las circunstancias, pero es triste reconocer que la falta de un mercado suficientemente despierto para demandar estos productos puede agotar el surgimiento y seguimiento en muchos consultores y empresas proveedoras de soluciones medioambientales que se lanzaron al mercado pensando que estaba maduro.

6. MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD

Es impensable que la calidad que tanto ha costado vender en España pueda alcanzarse sin encajar perfectamente la dimensión medioambiental en ella. Con una consideración seria y razonada por la empresa de su comportamiento medioambiental y una actuación consecuente se pueden alcanzar cuotas de competitividad realmente adecuadas para enfrentarse al mercado exterior. Al menos sin ello es totalmente cierto que la empresa se quedarán fuera en el medio plazo.

Conclusión

Ante los retos y oportunidades analizados, proponemos esta solución: el ejecutivo tiene que conocer y evaluar la situación medioambiental para la misma. La técnica que ello implica es sencilla y no es costosa. Los diagnósticos y las auditorías medioambientales realizadas por profesionales con experiencia son perfectamente asumibles dentro de los costes de consultoría que actualmente se practican en cualquier otra área.

Al fin y al cabo, lo que desde luego es difícil de justificar ante tanto riesgo y ante tanta oportunidad es que el ejecutivo se quede esperando a que pase la crisis económica y poder entonces ponerse a pensar en los problemas medioambientales. Cuando éstos llamen a la puerta puede ser tarde y aunque la crisis económica haya pasado, tal vez se encuentre con que su ambiente no es apto para el medio ambiente y dividir cuando se puede multiplicar, si de beneficios se trata y no se hace, no tiene sentido.

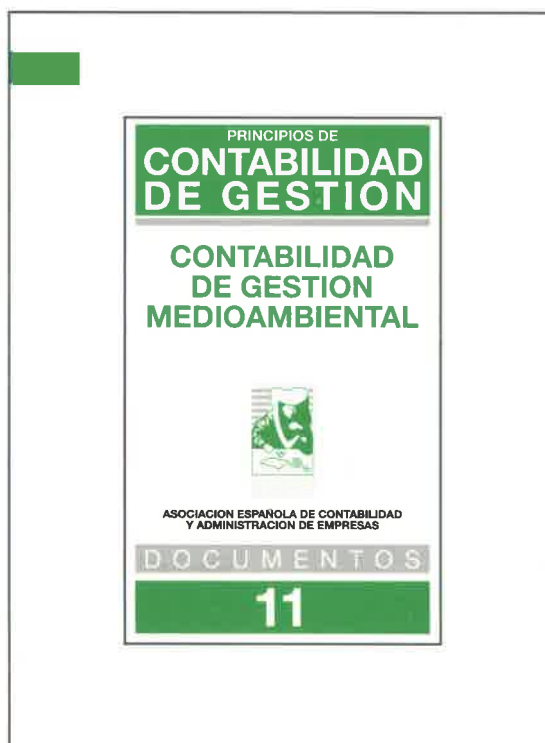
Somos muchos y buenos los que podemos echar una mano en esta circunstancia ■



* José Francisco Elorriaga

Socio-Director del
Departamento de
Consultoría de Gestión
Medioambiental de
Coopers & Lybrand

Contabilidad de Gestión Medioambiental



La Comisión de Principios de Contabilidad de Gestión de AECA se encuentra elaborando y debatiendo desde hace algún tiempo un Borrador de Documento sobre Contabilidad de Gestión Medioambiental, cuya redacción inicial ha corrido a cargo de José Francisco Elorriaga (Socio Director del Departamento de Consultoría Medioambiental de Coopers & Lybrand, S.A.), ponente, junto a José Alvarez López y Felipe Blanco Ibarra, del citado borrador.

Esta Comisión inicia con el presente Documento un proceso que en otros países está comenzando igualmente a llevarse a cabo, y aunque no se han alcanzado todavía soluciones técnicas óptimas para muchas de las materias abordadas en dicho Borrador, la confluencia de conocimientos de los miembros de la Comisión, así como las posteriores sugerencias de todos los miembros de AECA, pueden llegar a enriquecer el citado texto de tal forma que el Documento llegue a constituir una sustantiva aportación en este campo de la gestión medioambiental, campo que comienza a ser realmente trascendente, tanto para las empresas como para el contexto socioeconómico en general.