

La responsabilidad social y la gestión ambiental en Centroamérica

Jeannette Valverde Chaves

Escuela de Relaciones Internacionales

Universidad Nacional

Recibido: 5 de mayo, 2012 • Aceptado: 9 de setiembre, 2012

RESUMEN

Este artículo pretende aportar a la discusión y reflexión de la gestión ambiental en Centroamérica, desde la perspectiva de la responsabilidad social y despertar el interés hacia una gestión comprometida con el capital social y el desarrollo humano sostenible.

Palabras clave: Centroamérica, gestión ambiental, responsabilidad social, desarrollo humano sostenible

ABSTRACT

This article seeks to contribute to the discussion and analysis of environmental management in Central America, from the perspective of social responsibility. Moreover, it seeks to arouse interest in a management committed to social capital and sustainable human development.

Keywords: Central America, environmental management, social responsibility, sustainable human development

Introducción

La gestión ética y socialmente responsable en la organización se ha convertido en un elemento esencial.

La gestión ambiental hace referencia a las actuaciones de una empresa que contribuyen a mejorar la calidad ambiental al reducir el impacto de la actividad empresarial sobre el medio ambiente. El medio ambiente es el entorno en el que una

organización opera; incluye la atmósfera, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna y los seres humanos.

En 1970 el economista Milton Friedman planteaba que “la única responsabilidad social de las empresas era maximizar la rentabilidad de sus accionistas” (New York Times, 13 de setiembre de 1970). No obstante, con el paso de los años esa visión cambió significativamente y hoy 4 de cada 5 empresarios (as) alrededor del mundo piensan que la empresa tiene una responsabilidad social adicional a la de producir ganancias. (OEA-BID, 2008).

Tal como lo señala el modelo desarrollado para Costa Rica por la Asociación Empresarial para el Desarrollo, hoy la responsabilidad social constituye una nueva forma de hacer negocios, donde la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras. (Pérez, 2009).

Esta nueva forma de hacer negocios implica un compromiso de las empresas y organizaciones para contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias y la comunidad en general, comprendiéndolo no como algo accesorio, sino como parte integral de su quehacer.

De acuerdo con Francisco Ogalla Segura, (2009:5) en el marco competitivo en el que actualmente se encuentran las empresas están confluyendo dos hechos importantes: “Por un lado la asunción de los principios del desarrollo sostenible y por otro la orientación a las partes interesadas”. Considera este autor que:

...esos dos puntos obtendrán una ventaja competitiva real si la empresa alcanza una buena reputación, y, para ello, es necesario enfocar los procesos de negocio desde valores compartidos, capaces de imprimir un carácter ético a la organización. La gestión ética y socialmente responsable en la organización se ha convertido en un elemento esencial de gestión. (p.5)

La gestión ambiental hace referencia a las actuaciones de una empresa que contribuyen a mejorar la calidad ambiental al reducir el impacto de la actividad empresarial sobre el medio ambiente. El medio ambiente es el entorno en el que una organización opera; incluye la atmósfera, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna y los seres humanos.

De acuerdo con la Red Centroamericana Convertirse (2011:83):

la gestión empresarial ambiental es la planificación adecuada dentro de una organización, que permite identificar los impactos que causará su actividad tanto en el ámbito de sus colaboradores como en su entorno, poniendo en marcha políticas internas para el beneficio del medio ambiente con

objetivos y metas cuantificables, valores establecidos en la misión y visión; que serán ejecutados con el apoyo de manuales flexibles donde se llevará un control y una corrección de los procesos al momento de las auditorías.

La gestión ambiental empresarial es el pilar fundamental para convertir a la empresa en una organización amigable con el ambiente y una carencia de la misma lleva a consecuencias económicas adversas para la empresa. Por el contrario, se pueden establecer procesos que permiten una mejora constante de las actividades de la empresa enmarcadas dentro de metas específicas, elevando al mismo tiempo su competitividad. El primer paso siempre debe ser asegurarse que la empresa cumpla con las leyes nacionales y luego busque nuevas formas de mejorar su relación con el medio ambiente.

Dicha gestión obedece a la forma como se manejan y protegen los recursos naturales al momento de estar expuestos a la actividad productiva. Es por ello que existe un estrecho vínculo entre las gestión pública y la privada porque implica una adecuada administración y liderazgo ejecutivo, sólidas prácticas de gobierno y de empresa, así como leyes de Estado para garantizar que todas las personas comprendan las estrategias y las políticas que tanto el gobierno como la empresa quieren poner en marcha, de manera que exista una clara conexión entre los procesos, las metas y las toma de decisiones.

La definición de la estrategia ambiental de la empresa implica asumir los principios del desarrollo sostenible, lo cual según Ogalla Segura (2009) conlleva los siguientes compromisos:

Satisfacer las necesidades de las partes interesadas sin comprometer las posibilidades de que futuras generaciones puedan satisfacer sus necesidades. Adoptar los principios del desarrollo sostenible voluntariamente, antes de que obligue la Ley, porque es de interés a largo plazo.
Integrar en la gestión diaria la dimensión económica, social y ambiental.
Aceptar las propuestas de la Responsabilidad Social Empresarial (contribución empresarial al desarrollo sostenible) como centro de la estrategia de gestión de la organización (p. 7)

Al aplicar una adecuada gestión ambiental se distinguen las áreas principales sobre las cuales pueden trabajar las empresas. Entre ellas:

- Establecer un marco de gestión del cambio climático.
- Desarrollar procesos estables para identificar riesgos y oportunidades y asignar indicadores de rendimiento.
- Asumir el costo de las externalidades, como el carbono, los servicios de los ecosistemas y el agua.

- Reforestación y mejoramiento de los rendimientos de los bosques.
- Reciclaje.
- Sellos y certificaciones verdes.
- Ecoetiquetado.
- Inversión en mecanismo de desarrollo limpio.
- Tecnología limpia.
- Iniciativas de reducción y eficiencia energética.
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).
- Reducción de la huella de carbono.
- Reducción de desechos.
- Reutilización de bienes y materiales.
- Conservación del medio ambiente y recursos naturales.
- Producción con huella cero.
- Turismo ecológico.
- Marketing ambiental.
- Gerencia ambiental.
- Educación ambiental.

Más allá de los esfuerzos gubernamentales por desarrollar normativas en materia ambiental y por suscribir convenios y convenciones regionales e internacionales, surge la interrogante ¿por qué las empresas están asumiendo como parte de sus planes estratégicos iniciativas ambientales o por qué surge el interés de ser social y ambientalmente sostenible? Ante esa pregunta quizás son múltiples las respuestas que podemos encontrar cuando se analiza a una compañía en particular, pero de modo general podemos concluir que: primero, las empresas están variando sus estrategias tradicionales por unas de carácter sostenible en función de la rentabilidad que ofrecen estas últimas, especialmente en el largo plazo y por la eficiencia que puede aportarle la adopción de mejores prácticas de producción, comercialización, adquisición de insumos, relacionamiento con sus partes involucradas e interesadas, manejo de clientes, disponibilidad de recursos para inversiones responsables, entre otros.

Es importante tener en cuenta lo señalado por Chaves (2010) quien sostiene que a pesar de que el argumento más fuerte sobre la decisión de hacer transformaciones en las estrategias empresariales es la retribución, las inversiones verdes tienen la particularidad de que generalmente dicha rentabilidad se obtiene en el largo plazo. No obstante, las empresas están claras que no pueden perder de vista que los recursos invertidos deben recuperarse y reinvertirse en el corto y mediano plazo.

En segundo lugar, porque las acciones ambientales que ejecute la empresa tienen grandes implicaciones en las demandas de los clientes. Hoy la mayoría de los clientes se preocupa por el ambiente y por la incidencia de los productos en éste.

Las empresas están siendo conscientes que se requiere mayor transparencia en los informes sobre sus estrategias, iniciativas y resultados de gestión en el área ambiental.

Tercero, porque la implementación de buenas prácticas y de tecnologías alternativas representan beneficios económicos a corto plazo, como por ejemplo, el manejo sostenible de energía, de agua, proyectos de energía solar y en la compra de insumos.

Cuarto, porque el tema ambiental tiene un efecto directo en la salud de la población y en la capacidad productiva de los países lo cual, según la Fundación para el Desarrollo de Guatemala (FUNDESA) hace aún más relevante abordar el tema de manera integral, para ello las empresas están realizando esfuerzos para mejorar las condiciones de salubridad del agua, mejorar en infraestructura para saneamiento y proteger la biodiversidad. (Fundesa, 2010)

En quinto lugar, desde el punto de vista mercantil las empresas están incorporando prácticas y estrategias ambientales porque según los análisis de las tendencias del consumidor a escala global, cada vez crece más la conciencia de que el ambiente está en peligro, y temas como calentamiento global, deforestación, emisiones de efecto invernadero, contaminación, agotamiento de fuentes de agua ya forman parte de las preocupaciones diarias de los individuos, quienes a su vez esperan que las empresas sean responsables de sus actos.

Además, la Internet se ha constituido en una herramienta de información sobre las consecuencias y riesgos representados por las marcas, por ende, la forma en que se realizan las actividades y procesos productivos de las empresas tienen cada vez más impacto sobre la reputación de las marcas. (Silva, 2010).

Como ejemplo de lo anterior, según un estudio del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE): “la radiación solar promedia los 5,5 Kilovatios por hora metro cuadrado y cada kilovatio de energía eléctrica se cotiza en el mercado energético a un precio promedio de US\$157, 17. Es por eso que la radiación solar constituye una ventaja comparativa para la región”. (Coca, 2010: 44).

Igualmente, se destaca en un artículo de la Revista SUMMA No. 194 (2010), que un buen proyecto de energía eficiente puede ahorrar hasta el 35% de la factura eléctrica, es por eso que durante el año 2009: “en Centroamérica el 60,9% de la energía provino de fuentes renovables de energía, la generación de energía eléctrica se obtuvo de las siguientes fuentes: hidráulica (47,5%), derivados del petróleo (37,3), geotérmica (7,9%, bagazo de caña en ingenios azucareros (4,4%)m carbón (1,8%) y viento (1,1%)” (Contreras, 2010:77).

En entrevista realizada el 27 de enero de 2011, Carolina Pineda, Gerente empresarial de FUNDEMÁS, El Salvador, señalaba que:

...los grupos económicos incorporan prácticas ambientales por presión de sus clientes o proveedores internacionales, generalmente de países de la Unión Europea, por conciencia sobre la mejora de su proceso productivo y

de paso al ambiente, por el interés económico para la disminución del costo de cada producto/servicio y por presión de organizaciones de sociedad civil, comunidad, reglamentación.

Al respecto el señor Oscar Pérez Ramírez, Gerente de Gestión Ambiental de Cementos Progreso, en Guatemala considera que “la razón de la empresa en promover el tema ambiental nació por las posibilidades de optimización energética y por tanto reducción de costos” (Pérez, 2011).

Sobre el mismo tema, en entrevista personal, Mariana Torres de CENTRARSE, Guatemala, manifestó que las principales razones por las cuales las empresas se han integrado dentro de la lógica de los estándares ambientales es por el tema de las fuerzas comerciales sobre todo derivada de las relaciones con los países desarrollados y los estándares ambientales que los países desarrollados establecen. Es decir hay una influencia del escenario global.

Una segunda razón es por un tema del momento; es decir, de moda y mercadeo, por ejemplo, cambio climáticos y vulnerabilidad. Hay que posicionarse en estos temas sobre todo en el caso guatemalteco donde se tiene la imagen país como altamente vulnerable y ello obliga al sector privado a tomar perspectivas.

En tercer lugar, se explica por los intereses del sector debido a la dependencia de los recursos naturales, ya que la productividad depende de tales recursos y, finalmente, porque se constituye en un elemento diferenciador de mercado y esto le interesa a las empresas.

La adopción de estrategias ambientales en las empresas centroamericanas está asociada con varios factores, entre ellos los altos precios de la energía y de los combustibles, el impacto de las legislaciones ambientales, la presión del voluntariado que exige una disminución en la emisión de gases de efectos invernadero, la obtención de certificaciones, la mejora de la productividad y con ello el ingreso a mercados financieros amplios y a mercados con productos diferenciados, la disminución de costos en la generación de energía eléctrica y eficiencia energética, la disminución de la dependencia del petróleo y el interés de ser carbono neutral en el 2021, en el caso concreto de las empresas que operan en Costa Rica.

La razón principal del por qué adoptar nuevas estrategias ambientales parte de los beneficios que se obtienen de éstas y las múltiples ventajas que adquieren las empresas al desarrollar estrategias de responsabilidad social y programas ambientales, entre otras:

- La confianza de los socios de que el negocio está en regla respecto a la normativa nacional.
- Permite generar buenas prácticas.
- Ahorro en los costos al reducir desperdicios de materia prima y energía.

- Mejora la calidad y la regularidad del producto al prever mejor las operaciones de la planta.
- Recuperación y reutilización de materiales de desecho.
- De manera particular crea una cultura de transparencia.
- Mejora relaciones público-privadas e impacta en las políticas públicas.
- Permite mejorar la competitividad responsable de la empresa, del país y el bienestar del trabajador.
- Ahorro en costos, mejora de su relación con el entorno y sostenibilidad a largo plazo.
- Contribución efectiva a la problemática ambiental.
- Eficiencia en el uso de los recursos energéticos.
- Es una forma de contribuir a reducir el calentamiento global.
- Se logran mejores sistemas de calidad, ambiente, salud y seguridad ocupacional.
- Recursos laborales más seguros.
- Un buen gobierno de empresa corporativo.
- Personal motivado.
- Clientes más leales.

Además, desde la perspectiva del consumo, los clientes han empezado a demandar de las empresas mayor eficiencia en el uso de los recursos. También es importante mencionar que las empresas que adoptan estrategias verdes tienen mayor capacidad de organización para desarrollar inversiones, investigaciones con proyección internacional e incentivos fiscales.

Tomás Gilmore, presidente de la empresa exportadora Sardimar (Costa Rica), considera que:

que desde el punto de vista comercial y en productos de consumo masivo las empresas ganan cuando realizan inversiones en el ambiente a la hora de reclutar y mantener el personal porque éstos se sienten orgullosos que la empresa cumple más allá de lo que le exige la ley, por lo tanto la rotación es menor y ganan clientes en Europa y en Estados Unidos. (González, 2010:6).

Considera la Red Centroamericana Convertirse (2011) que a las empresas se les insta a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus colaboradores como para las comunidades. Además, el nuevo concepto de responsabilidad social empresarial motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

Las compañías líderes desarrollan líneas de trabajo que consideran un esfuerzo mancomunado con los ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil en la redefinición de sus responsabilidades medioambientales, con una aproximación que comprende todas las operaciones de la empresa, sus productos e instalaciones, sus procesos y servicios. Se trata de implementar las mejores prácticas para la eliminación de los desechos y emisiones; la maximización de la eficiencia y la productividad de todos los recursos, todo ello al aplicar un principio de sustentabilidad, es decir, en procura de que los recursos estén disponibles para las futuras generaciones.

Además, dadas las tendencias comerciales actuales y las que se gestan para el futuro, muchas empresas están valorando a largo plazo no tener políticas ambientales podría significar un alto costo debido a la eventual pérdida de participación en un mercado.

Así por ejemplo, el pasado 22 de julio de 2010, la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) en su informe propuso que “se deben fijar requisitos ecológicos para cotizar en Bolsa, a fin de evitar que las multinacionales emigren a lugares con regulación medioambiental más laxa donde puedan emitir carbono a menor precio, puesto que estas “fugas de carbono menoscaban los esfuerzos mundiales de reducción de las emisiones”. La UNCTAD sugiere que los gobiernos lidien con ello “a través de mecanismos de regulación empresarial”. (www.unctad.org)

Se considera que al tener vastos conocimientos, tecnología avanzada y alcance mundial, las empresas transnacionales ocupan necesariamente un lugar destacado en las iniciativas mundiales encaminadas a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y conseguir una economía de bajo carbono. También se propone una alianza mundial para estimular la inversión en actividades económicas de bajo carbono y se propugnan iniciativas concretas como un nuevo centro de asistencia técnica en apoyo de la formulación y ejecución de políticas apropiadas en los países en desarrollo.

Un elemento clave en la definición de las estrategias ambientales es la incorporación de indicadores para evaluar el impacto ambiental de las acciones y operaciones de la empresa, de manera que le permite tomar medidas para minimizar los efectos de esas acciones. En la región la variedad de indicadores es amplia, las empresas pueden incorporar controles internos a través de un plan que contenga el conjunto de operaciones de verificación y mantenimiento que realiza la empresa en un plazo determinado, detallando los procesos a seguir y las operaciones más relevantes. (FUNDEMÁS, 2005).

De acuerdo con Carolina Pineda, (FUNDEMÁS, 2011):

...la mayoría de empresas tienen indicadores de productividad, de producto defectuoso y de ventas. Lamentablemente, indicadores ambientales

normalmente no hay o no se enfocan de ese modo, de la misma forma los indicadores sociales tampoco se encuentran, solo se muestran aspectos de accidentes laborales, días de inasistencia al trabajo, etc.

Cuando se han definido algunos indicadores sociales (comunidad, familia del colaborador, etc.) o ambientales, casi siempre son cualitativos y no cuantitativos como en el caso de los indicadores de productividad o de ventas. Solo lo que se mide se mejora y para ello ya hay indicadores establecidos como por ejemplo:

- El consumo de materia prima por unidad de producción que cada vez se hace mucho más eficiente.
- Consumo de Energía de cuanto ocupo para producir una unidad de producción.
- Cuántos galones de agua ocupo para producir.
- Cuántas toneladas de desecho envío al botadero.
- Cuántas emisiones saqué.
- Qué porcentaje pude de todos mis desechos al reciclar.
- En ciertos momentos esto incluye prácticas laborales (se miden los accidentes laborales).
- Certificaciones como ISO 9000, ISO 14000, entre otras.

Además, pueden desarrollar auditorías ambientales con participación de un comité ambiental interno o contratar auditores externos o bien hacer uso de herramientas internacionales de medición, como por ejemplo la guía CONVERTIRSE, que es un instrumento centroamericano para evaluar las prácticas de responsabilidad social que las empresas tienen incorporadas y entre ellas se destaca el eje ambiental.

Un indicador es la certificación ISO 14000 que provee un conjunto de estándares basados en procedimientos y pautas empresariales para construir y mantener un sistema de gestión ambiental, entre otros.

Otro aspecto importante a considerar, según la señora Pineda (FUNDEMAS, 2011):

es que la tendencia es que los grupos económicos han ido manteniendo las prácticas ambientales en sus estrategias, ya que han visto que les ha traído un beneficio económico, además del enfoque ambiental o social con el cual empezaron una actividad específica.

...los compromisos ambientales varían grandemente entre las empresas con diferente nivel de internacionalización, ya que las empresas que venden sus productos/servicios en Estados Unidos tienen un compromiso de actividades ambientales muy por debajo de las empresas que los venden en

la Unión Europea Sin embargo, más allá de sus mercados, los grupos económicos están apuntando hacia el desarrollo de proyectos permanentes en beneficio del ambiente.

Consideraciones finales

En el ámbito de la gestión ambiental son múltiples las alternativas que tienen las empresas para ejecutar buenas prácticas, que van desde pequeñas medidas sin costo económico, como por ejemplo colocar rótulos para incentivar el ahorro de energía, agua, papel, etc., hasta grandes transformaciones internas y externas que conduzcan a generar una nueva cultura de protección ambiental.

Algunas empresas adquieren un compromiso y lo hacen parte de sus gestiones de responsabilidad, de forma continua. Existen otras empresas que adecuan sus instalaciones para ser amigables con el ambiente, por ejemplo, mediante la creación de tratamiento de plantas residuales, utilización de paneles solares para reducir el consumo energético, desarrollo de campañas de reforestación para reducir el impacto ambiental que la operatividad desarrolla durante un periodo de tiempo.

Algunas compañías también adoptan programas internos de reciclaje como un componente de la cultura organizacional. Las empresas extienden a sus colaboradores la importancia de reciclar y la separación de desechos, por ejemplo, en algunos lugares se educa a dividir los desperdicios, utilizar al máximo el papel, no imprimir en caso de que no sea necesario, etc. y prácticas orientadas a la reducción de costos, enfocado a realizar alternativas amigables con el medio ambiente.

La ética y la responsabilidad social tienen que ver con nuestro modo habitual de vida en el mundo y de ahí que podemos --y debemos-- empezar a fomentar hábitos de vida más responsables y más comprometidos con nuestra morada. La gestión ambiental y la responsabilidad social constituyen una oportunidad estratégica y un compromiso de todos y todas para hacer una sociedad centroamericana mejor.

Referencias bibliográficas

- Brenes Quirós, César. (2010, 19 de julio). Ser eco amigable es un buen negocio para las empresas. *La Nación*. Costa Rica, Pág. 28^a.
- Coca, Leonardo. (2010). "Cambio de energía". *SUMMA* No. 188, enero de 2010.
- Contreras, Claudia (2010). "Especial de RSE: Energía limpia". En Revista SUMMA N. 194 Costa Rica, julio de 2010.
- Durán, Claudia. (2010) Centroamérica un reto ambiental. *Revista Estrategia y Negocios* No. 131 Noviembre, OPSA.
- FUNDEMÁS. (2005) La empresa amigable con el medio ambiente. El Salvador.

- OEA-BID. (2008). ¿Cómo enseñar Ética, Capital Social y Desarrollo en la Universidad? (Material del curso). Estrategias de RSU. Portal Educativo de las Américas.
- Ogalla Segura, Francisco. (2009) La integración de la Responsabilidad Social en el sistema de gestión de la empresa. Material del curso Formación de Formadores en Responsabilidad Social. REDUNIRSE: Argentina.
- Platero, Gabriela y Cruz, Tatiana. (2009) Brotes saludables de raíces profundas. En *Revista Estrategia y Negocios* No.113, Mayo-Junio, OPSA.
- Pérez, María Fernanda. (2009) Taller de autodiagnóstico en RSE. Asociación Empresarial para el Desarrollo. Costa Rica.
- Sanz, Luis. (2010, 21 de febrero). El deber de una empresa. *El Financiero* No. 756. Pág. 15, Costa Rica.