

## Responsabilidad social ambiental empresarial, ¿requisito o compromiso? Corporate environmental social responsibility, requirement or commitment?

ANA LAURA TORIZ CHONG

Universidad de Panamá. Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad. Ciudad de Panamá.  
 Panamá. analaura.toriz.chon@up.ac.pa  <https://orcid.org/0000-0002-3616-8775>

Panamá. Fecha de Recepción: 13/11/2022

Fecha de Aceptación: 5/12/2022

### Resumen

A principios del próximo año, la población mundial alcanzará un poco más de los 8 billones de personas de acuerdo al portal *worldometer*; Panamá contribuye con esa cantidad aportando 4.3 millones para iniciosel año 2023. Con el pasar de los años, la tasa de natalidad a nivel mundial se incrementa; así como se prolonga la esperanza de vida, todo esto con un consumo desproporcionado al crecimiento poblacional neto, sin embargo, los recursos que garantizan la subsistencia de la población provenientes del ambiente escasean cada vez más, resumiéndose entonces en que el comportamiento del crecimiento poblacional se sostiene en recursos naturales que nuestro planeta ya no puede proveer. Gran parte de este consumo desproporcionado surge del impulso que realizan las empresas tanto gubernamentales como privadas como parte de sus estrategias de venta; la publicidad impacta directamente en la toma de decisión de compra de la “*sociedad de consumo*”; por un lado y por el otro, nuevos grupos de “*consumidores sostenibles*” surgen con la ideología de hacer más y mejor con menos, con ésta conducta de consumo responsable se ha obligado a que las empresas de toda índole vuelvan la mirada al medio ambiente; desarrollando procesos y acciones para preservar y cuidar el mismo, considerando un poco más que las normas ambientales nacionales e internacionales para evitar no solo multas y sanciones sino también para conservar a sus clientes.

**Palabras claves:** Responsabilidad social ambiental, consumo, organizaciones y necesidades.

### Abstract

At the befinning of the next year, the world population will reach a Little more tan 8 billion people accordingto the worldometer site; Panama contributes that amount with 4.3 million by the beginning of the same year. Through the years, the worldwide birth rate increase; as well as life expectancy is prolonged, all this with a consumption disaproportionate to the net population growth, the resources that guarantee the subsistence of the population from the enviornment are increasingly scatce, summaarizing then that the behavior of population from the enviroment are increasingly scarce, summarizing then that the behavior ofpopulation growth is sustains with natural resources that our planet cannot support. Much of this disproportionate consumption arises from the impulse that organizations carry out as part of sales strategies; advertising impacts directly in the purchase decisión of making the “ consumer society”; therefore, new groups of “sustainable customers” whose policy is to do more and better with les, have forced this behavior to turn their gaze to the enviroment, developing processes and actions to preserve an

care for the environment, considering more than environmental standards, national and international is in favor of preserving the new generation of customers.

**Keywords: Environmental social responsibility, consumption, organizations and needs.**

## 1. Introducción

Thomas Malthus, economista británico, presentó en 1776, una visión pesimista sobre el futuro de la humanidad en su escrito “Ensayo sobre el principio de la población”: señaló que “..... Si la población aumenta de forma más rápida que los medios de subsistencia, llegará el momento donde se producirán hambrunas, guerras y otros problemas.” (S., 2021)

La “sociedad del consumo”, no es consciente de los límites que señala nuestro planeta, por el contrario, la meta de los sistemas globales implica el crecimiento a toda costa de cada vez más mercados; el decrecimiento como resultado de la explotación de los recursos provenientes de la tierra ha incrementado la mala distribución de la riqueza creando una necesidad inminente de productos en especial los básicos, para que el ser humano pueda subsistir los cuales provienen directamente de los recursos naturales específicamente de las áreas cultivables.

La historia ha dejado evidencias en el tiempo, a través de las ciencias económicas la existencia de una latente preocupación de llegar a un punto en donde dicho crecimiento poblacional, sobrepase la capacidad máxima de producción y se detenga, dando paso a dos formas de adaptación, o el ser humano modificando su comportamiento de consumo, es decir lo detiene, o el planeta mismo es quien pone el alto, siendo la segunda la más alarmante y lamentablemente a la que la humanidad se enfrentará.

Son muchas las acciones a nivel mundial que se han tomado para la mitigación del daño ambiental generado por el consumo desmedido, la mayoría a nivel político y compromiso de los países; otras estrategias emitidas por los distintos gobiernos en leyes ambientales que alcanzan tanto a las empresas como los consumidores para mitigar en algo los daños ambientales en los que se incurren.

Diez de los 17 objetivos del milenio, en la agenda 2030 se refieren directamente a las acciones ambientales y de sostenibilidad. En este artículo las ciencias

administrativas, económicas y ambientales se conjugan para crear conciencia de un consumo responsablemente sostenible.

## **2. Desarrollo**

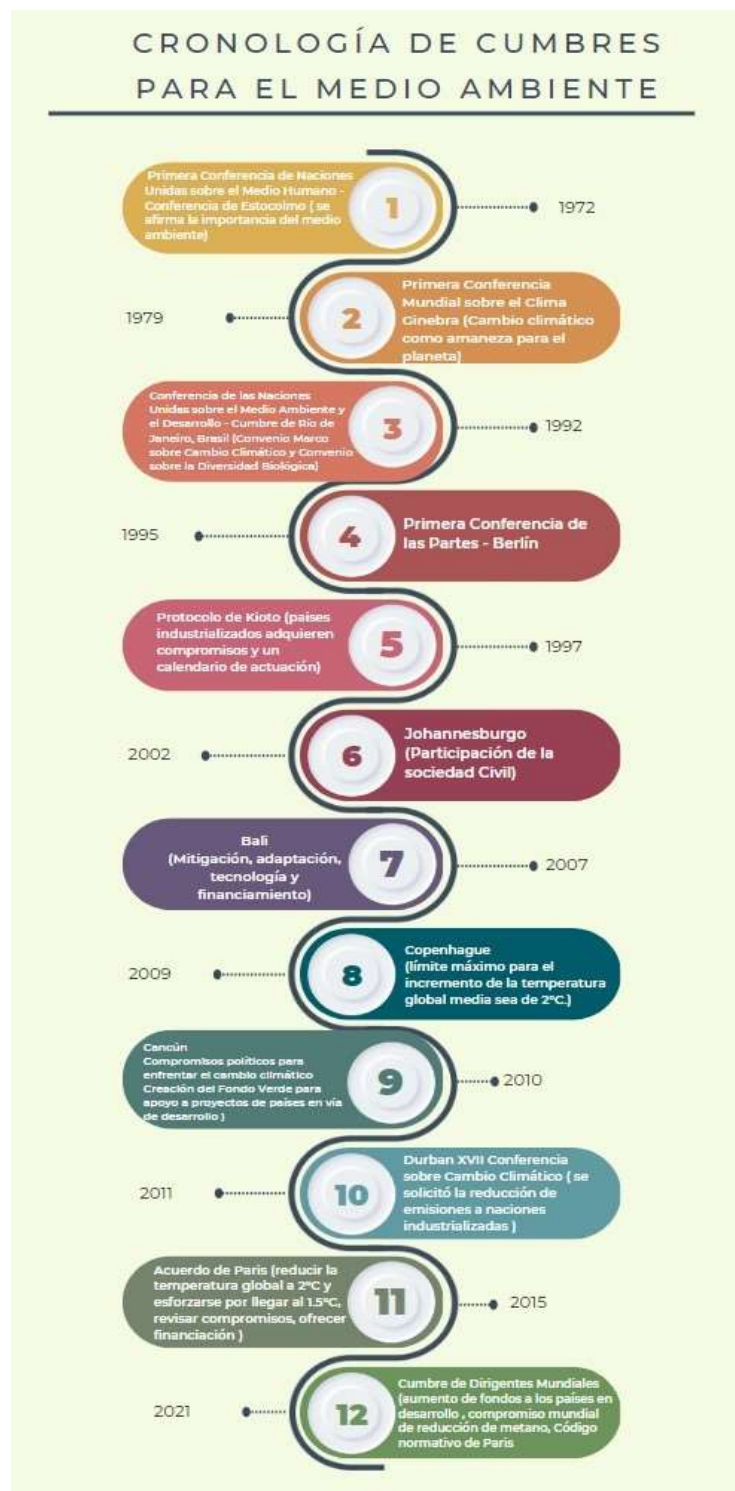
Dentro de los elementos necesarios para sostener la economía mundial y por ende el crecimiento poblacional, se pueden encontrar dos grandes categorías: las necesidades físicas y las necesidades sociales. En este artículo, abordaremos el impacto de las necesidades físicas como sustento del crecimiento poblacional.

El aumento de la población mundial trae como consecuencia la disminución de la tierra cultivable, sin embargo, es necesario intensificar la producción de alimentos para proveer a la población que se incrementa cada día. Son muchos los estudios, que se han realizado para tecnificar la agricultura y hacer un mejor uso de los suelos de forma tal de incrementar la producción en tiempo y calidad de los alimentos; de la misma forma se han expuesto preocupaciones ambientales para que el público y las autoridades de cada país adquieran conciencia de los costos económicos y humanos de la contaminación ambiental y la explotación de recursos naturales.

Los cambios se ven lentamente, pero de forma evidente se puede mencionar que cada vez son más las empresas que han transformado sus políticas en acciones y realizan actividades de procesos responsable con el ambiente, exigiendo productos sin plaguicidas y fertilizantes, por un lado, otras con acciones de bajo consumo, ahorro de recursos, uso de energías limpias, formas de presentación de productos entre otras actividades, orientando su producción hacia consumidores dispuestos a pagar un costo adicional por productos y servicios ecológicos; sin embargo, esta producción es limitada precisamente por los altos costos y exigencias del mercado.

El Programa de la ONU para el Medio Ambiente define la economía verde como “aquella economía que resulta en un mejor bienestar humano y equidad social, reduciendo significativamente los riesgos ambientales y las necesidades ecológicas” (Programa para el medio ambiente, 2022). Sin embargo, es importante destacar que las iniciativas en favor del ambiente no son nuevas llevan más de cincuenta años como podemos observar en la Figura No. 1.

**Figura No.1 Cronología de cumbres para el Medio Ambiente**



Fuente: Compilado por la autora, recuperado de (Hernández, 2015) y (Europea, 2022)

Puesto en contexto el interés, a nivel mundial el cuidado del ambiente donde al inicio de las conversaciones los estados eran los protagonistas, la situación cambia en el año 2002 donde se involucra a la población, quienes de forma individual o colectiva se han volcado desde entonces a realizar acciones en beneficio del ambiente; éstas acciones se reflejan en la conducta del consumidor, quien es más exigente en sus criterios de compra cuidando el ambiente pero al mismo tiempo lo que consumen es decir busca calidad, partiendo de este hecho, las empresas se han visto obligadas a demostrar que son responsablemente amigables con el ambiente para así conservar a los consumidores actuales y atraer a otros nuevos.

Por otro lado, surgen indicadores para la medición de la sostenibilidad ambiental como consecuencia de la actividad empresarial sobre todo las de tipo industrial que como es de conocimiento público, consumen recursos y energía afectando el entorno y en la mayoría de las ocasiones contaminando el ambiente. Los indicadores de sostenibilidad ambiental se centran en determinar la reducción de esas externalidades. Algunos ejemplos según la Organización aplanet, (2022) son:

- Cantidad de agua consumida.
- Ciclo de vida del producto.
- Materia prima utilizada.
- Huella de carbono.
- Emisiones de dióxido de carbono durante el transporte. (

Evidentemente, las organizaciones han buscado a través del tiempo evidenciar a sus consumidores que están realizando actividades no solo de responsabilidad social ambiental específicamente de los indicadores citados, sino también, aquellas que están involucradas en elaboración y transformación y procesamiento de alimentos a través de certificaciones como es el caso de la Organización Internacional de Normalización (ISO), específicamente la familia de la normativa 14001 que trata las normas ambientales y la 26000 que busca la integración de la responsabilidad social a las estrategias empresariales. La implementación de la norma ISO 14001: requiere con carácter mandatorio: objetivos y metas ambientales, políticas y procedimiento,

actividades de capacitación del personal, documentación, este puede ser aplicado a uno o varios procesos; así se puede certificar: Calidad comercial y etiquetas, control de sanidad de alimentos, regulaciones de protección de salud animal y vegetal, controles y autorizaciones aduaneros y el tema referente a exportaciones. (FAO, 2020)

Así pues, nos encontramos con la disyuntiva de la responsabilidad social empresarial la cual se mide en base a la toma de decisiones sobre el impacto que ocasionen ya sea a la sociedad o al ambiente; por lo que resulta importante que cada organización defina en cuál o cuáles de los tipos de responsabilidad social van trabajar ya sea en: Derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción; las categorías antes mencionadas forman parte del Pacto Global de la Naciones Unidas, *“... Al involucrar a miles de empresas de todos los tamaños y sectores de todo el mundo, estamos trabajando para movilizar un movimiento verdaderamente global de empresas responsables que integran la sostenibilidad en sus estrategias y operaciones principales tanto en beneficio de la sociedad como para el suyo”* (Kingo, 2019)

En cuanto al medio ambiente se trabajan tres principios:

Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.

Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. (Kingo, 2019)

Dicho esto, podemos identificar claramente cómo las empresas se ven beneficiadas de contar con una política de responsabilidad social ambiental que se transformen en acciones; ya que al reconocer los clientes con la iniciativa y ejecución de las mismas participan activamente en las causas ambientales tomando conciencia y preocupándose por sus acciones.

### 3. Materiales y Métodos

Esta investigación es de carácter descriptiva puesto que los objetivos y preguntas de investigación buscan analizar el vínculo o relación que comparten dos o más variables cualitativas, interpretando no solo la recolección cuantificable de los datos, sino también identificando las posibles causas de dicho problema. En este mismo orden de ideas, se busca relacionar las variables del desarrollo sustentable de los factores de producción como una consecuencia directa positiva o negativa de la responsabilidad social empresarial, es decir el estudio está diseñado para analizar una situación mediante el enfoque causa-efecto.

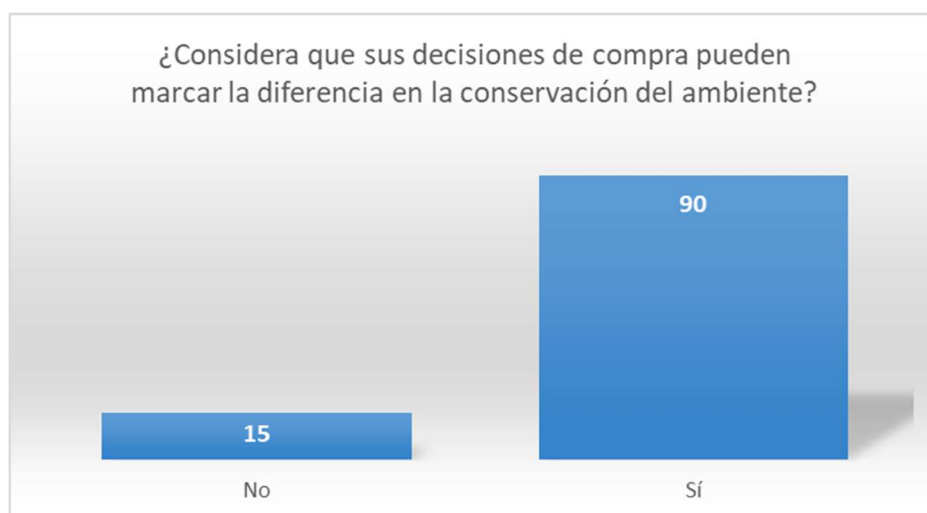
### 4. Sujetos de Estudio

Del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), se obtuvo información con referencia a la población total del país que asciende a 4.351.267 personas de las cuales el 40% viven en la región metropolitana es decir 1,740,506.8, se realizó una encuesta a 105 personas con un margen de error del 10%.

### 5. Resultados

Presentamos a continuación los resultados obtenidos:

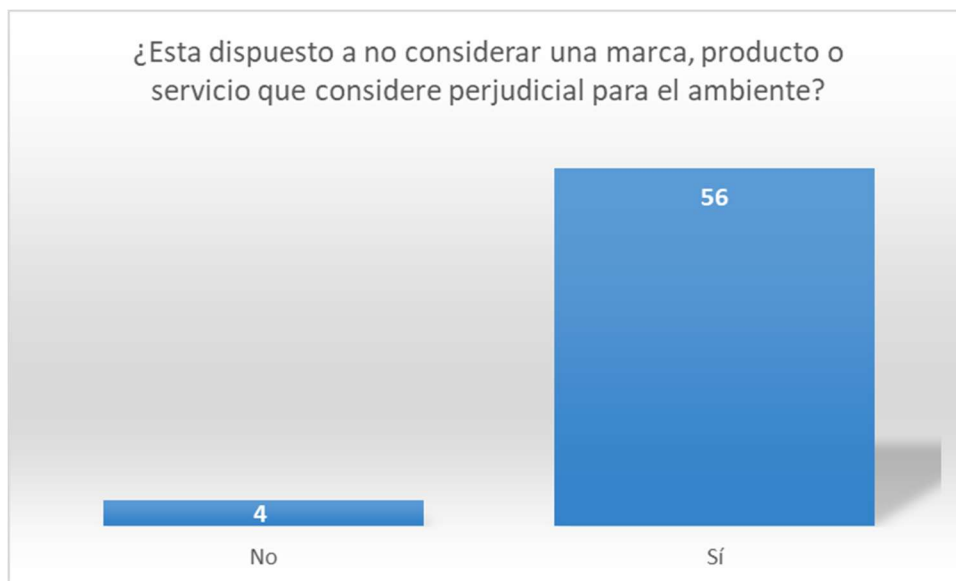
**Gráfico #1 Decisiones de compra**





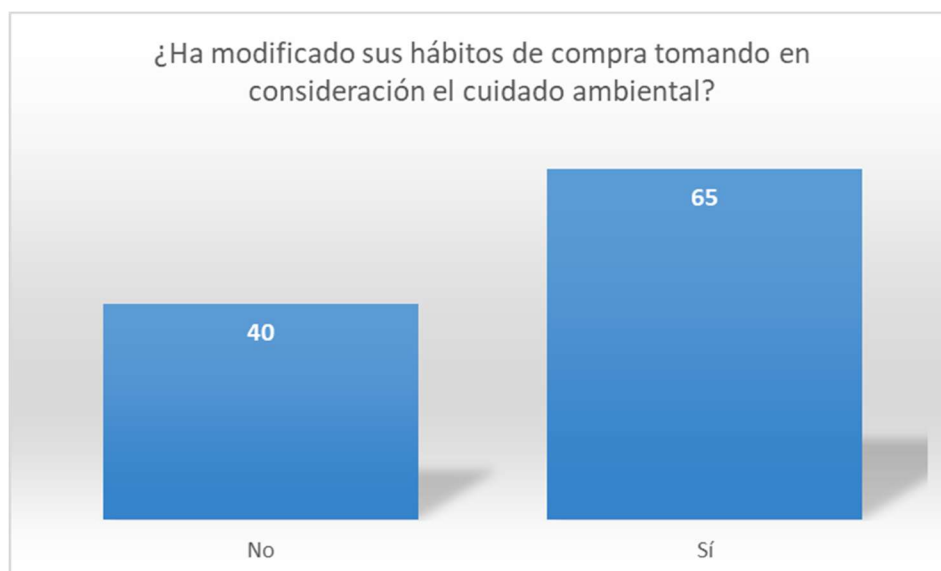
### Gráfico #2

#### Consideración de una marca, producto o servicio



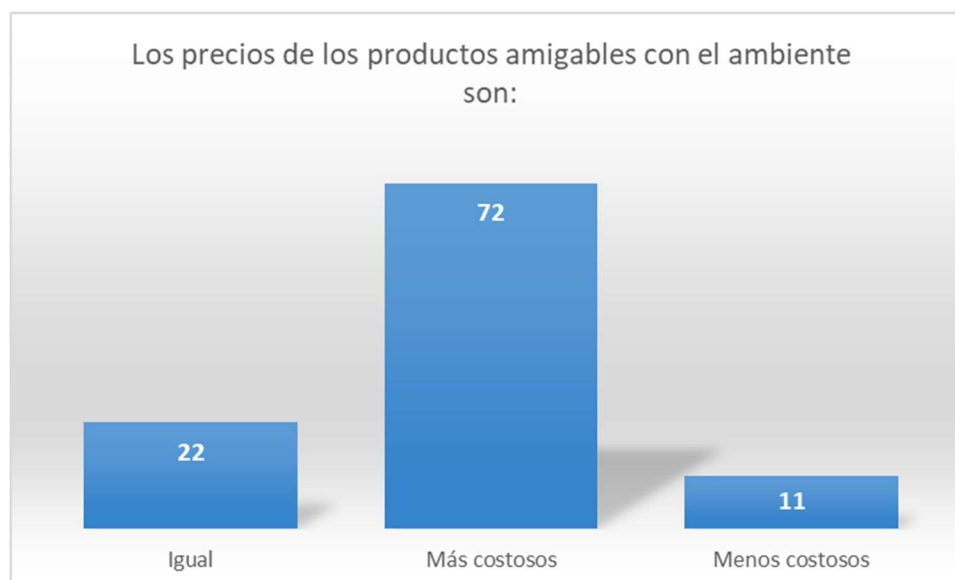
### Gráfico #3

#### Hábitos de compra

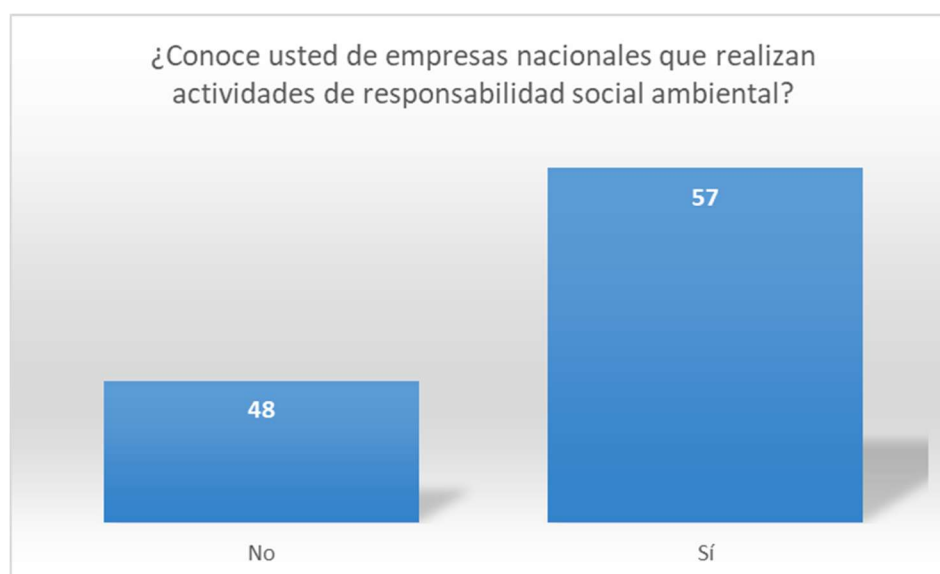




**Gráfico #4**  
**Precios de los productos**



**Gráfico #5**  
**Actividades de Responsabilidad Social Ambiental**



## 6. Discusión

La responsabilidad ambiental es parte de un compromiso que las empresas tienen con el medio ambiente; sin embargo, los consumidores igualmente responsables con el ambiente deciden qué, cómo, cuándo y a quiénes comprar por lo tanto influyen directamente en la toma de decisiones empresariales para ser más competitivos dentro de un mercado altamente competitivo.

Es importante que las empresas de todos los niveles trabajen en la producción y comercialización de productos y servicios más amigables con el ambiente de forma tal de lograr disminuir los costos de producción y de esta manera hacer más accesible los mismos para que los consumidores no duden en adquirirlos.

No deja de ser importante la divulgación de las buenas prácticas sobre todo las de responsabilidad social sobre todo esta categoría ambiental, los clientes se identifican con las empresas que reconocen como socialmente responsables.

## 7. Conclusiones

Si partimos del hecho que existen políticas a nivel mundial para la conservación ambiental, cada país define sus leyes y verifica cómo darle seguimiento para su cumplimiento y la aplicación de sanciones, sin embargo la responsabilidad social empresarial ambiental no es una obligación es un compromiso empresarial internamente como cultura empresarial y externamente como un reflejo a los clientes del mismo; es decir las organizaciones no están obligadas a adoptarlas pero eso sí , es altamente recomendable para mantenerse en el mercado.

Entonces podemos decir que, la responsabilidad social ambiental es el conjunto de acciones y esfuerzo que llevan a cabo las empresas que se relacionan con sus actividades de gestión, producción y comerciales de forma tal que sean cónsonas con la protección del ambiente en el que se desenvuelven.

Por otro lado, los clientes juegan un rol importante al estar conscientes de que con sus acciones y decisiones de compra pueden influir en la lucha por mantener un ambiente más sano. Siendo consecuentes, el panorama es claro, los productos amigables con el

ambiente son más costosos y este precio no disminuirá si los consumidores no exigen más en su decisión de compra obligando al cambio así por efecto dominó las empresas cambiaran sus procesos de producción exigiendo a los miembros de su canal de distribución hacer lo mismo, logrando cambios significativos.

## Bibliografía

Atlántico, (2022) T. L. P. L. Contraloría General de la República.

Europea, C. E.-C. (7 de febrero de 2022). Recuperado el 10 de noviembre de 2022, de [https://www.consilium.europa.eu/es/meetings/international-summit/2021/11/01/#:~:text=La%20Cumbre%20de%20Dirigentes%20Mundiales%20del%201%20de%20noviembre%20de,el%20Cambio%20Clim%C3%A1tico%20\(CP26\)](https://www.consilium.europa.eu/es/meetings/international-summit/2021/11/01/#:~:text=La%20Cumbre%20de%20Dirigentes%20Mundiales%20del%201%20de%20noviembre%20de,el%20Cambio%20Clim%C3%A1tico%20(CP26).).

FAO. (2020). *fao.org*. (M. A. /FAO, Editor) Recuperado el 14 de noviembre de 2022, de <https://www.fao.org/3/ad818s/ad818s08.htm#TopOfPage>

Garza, S. N. (Abril de 2015). *Description and Usage of Economic Growth Indicators* . Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v10-n1/A10.10\(1\)138-156.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n1/A10.10(1)138-156.pdf)

Ghauri, P., & Gronhaug, K. (2010). *Research methods in business studies*. Essex: Prentice Hall.

Greenland, S. (1998). *Introduction to regresión modeling*. (Segunda ed.). Filadelfia: Modern Epidemiology.

Hernández Aragón, J. (2006). *Una Síntesis de las Visiones Exógena y Endógena de las Teorías del Crecimiento Económico*. Recuperado el 18 de Junio de 2018, de Contribuciones a la Economía: <http://www.eumed.net/ce/2006/jha-crec.htm>

Hernández Ramírez, R. (27 de Junio de 2012). *Diseños de Investigación*. Recuperado el 26 de Junio de 2018, de <https://es.slideshare.net/Spaceeeboy/diseo-de-investigacion-transversal-y-longitudinal>

Hernández, N. (3 de septiembre de 2015). *Conciencia Ambiental*. Recuperado el 10 de noviembre de 2022, de <https://sites.google.com/site/educacionyecologia7ped/home/cumbres-para-el-medio-ambiente>

Kingo, L. (2019). *Crónica ONU*. (ONU, Editor) Recuperado el 13 de noviembre de 2022, de Crónica ONU: <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAqueda-de-soluciones-para-retos-globales#:~:text=El%20Pacto%20Mundial%20de%20las,forma%20que%20avanc en%20los%20objetivos>

- MacArthur, E. (http 2018). *Ellen MacArthur Foundation*. Recuperado el 22 de Junio de 2018, de Economía Circular: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/principios>
- Malthus, T. R. (1846). *Ensayo sobre El Principio de la Población*. Madrid .
- Meadows, D., Meadows, D., Randers, J., & Behrens, W. (1972). *The Limits to Growth*. New York, United States of America: Universe Books.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2010). *Informe Económico y Social – 2010*. Panamá: MEF.
- ONU - DAES. (24 de Noviembre de 2014). Obtenido de La escasez de agua: <http://www.un.org/spanish/waterforlifedecade/scarcity.shtml>
- ONU. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo "Nuestro Futuro Común"*. Oxford University Press.
- Organización aplanet. (20 de septiembre de 2022). *aplanet.org*. Recuperado el 30 de octubre de 2022, de aplanet.org: <https://aplanet.org/es/recursos/indicadores-de-sostenibilidad/>
- Ovando, N. (10 de Julio de 2017). *“La gran contaminación y degradación del suelo causada por el hombre”*. Recuperado el 30 de Junio de 2018, de <http://www.laangosturadigital.com.ar/carta-de-lectores/contaminacion-y-degradacion-del-suelo-causada-por-el-hombre>
- Programa para el medio ambiente. (1 de enero de 2022). *ONU - Programa pra el medio ambiente*. Recuperado el 8 de diciembre de 2022, de ONU - Programa pra el medio ambiente: <https://www.unep.org/es/regiones/america-latina-y-el-caribe/iniciativas-regionales/promoviendo-la-eficiencia-de-recursos-1#:~:text=El%20Programa%20de%20la%20ONU,ambientales%20y%20las%20escaseces%20ecol%C3%B3gicas%E2%80%9D>.
- Robles, F. (s.f.). *Los 15 Tipos de Investigación Científica y sus Características*. Recuperado el 26 de Junio de 2018, de [https://www.lifeder.com/tipos-investigacion-cientifica/#8211Investigacion\\_correlacional](https://www.lifeder.com/tipos-investigacion-cientifica/#8211Investigacion_correlacional)
- S., J. (10 de octubre de 2021). *Economía 3*. Recuperado el 7 de octubre de 2022, de Economía 3: <https://economia3.com/malthus-quien-fue-influencia/>
- Sachs, J. (2008). *Economía para un planeta abarrotado*. Barcelona, España: DEBATE.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2001). *Macroeconomía* (Decimosexta ed.). Madrid, España: Mc Graw Hill.
- SIN AUTOR. (2018). *Métodos de Investigación*. Recuperado el 26 de Junio de 2018, de <http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/METO2F.pdf>