



Sustentabilidad ecológica

Gestión ambiental y cultura de la responsabilidad empresarial

PEDRO CÉSAR CANTÚ-MARTÍNEZ*



* Universidad Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza, México.
Contacto: cantup@hotmail.com

Durante el presente siglo XXI se han producido grandes cambios sociales y de carácter empresarial, en estos últimos las empresas se han visto obligadas y comprometidas a alcanzar los objetivos financieros inherentes a su génesis, así como el logro de la sostenibilidad social y ambiental (Cantú-Martínez, 2021). Esta visión de las compañías se constituye en “la creación de una nueva frontera de la empresa, [una especie de] revolución silenciosa” (HCGlobal Group, 2009:1), ya que éstas pueden convertirse en entes transformadores del ámbito social y en dispositivos clave para evitar los efectos del deterioro ambiental, los cuales se ciernen propiamente por la búsqueda de satisfacer y resolver las demandas sociales.

Es así que las nuevas condiciones de mercado en el mundo requieren de las empresas un nuevo componente, durante su planeación y actividad productiva, que genere espacios para la creación de nuevos modelos de negocio soportados en la innovación (Martínez y Roca, 2013). Este componente puede concebirse como aquel proceso prolífico que “conserva y enriquezca en vez de destruir las bases naturales en las que inevitablemente se asienta la actividad humana” (Calva, 2007:11). Esencialmente, esto es parte del concepto de desarrollo sustentable que promueve el uso de los recursos naturales de forma más eficaz, con la finalidad de mejorar la calidad de vida, tanto de las generaciones presentes como de aquéllas que aún no cuentan con una voz.

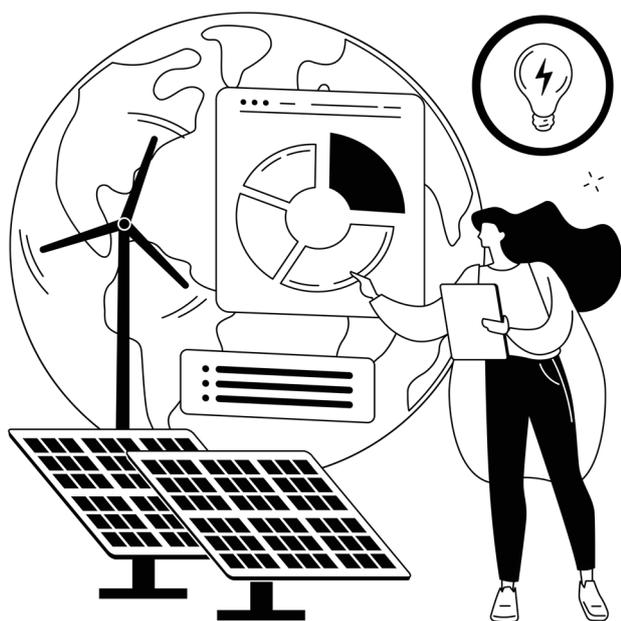
Sin embargo, muchas de las estrategias actuales, que comúnmente se adoptan para conseguir la sustentabilidad empresarial, ya sea mediante el consumo o la producción sustentable, son especialmente iniciativas colectivas voluntarias, ya que las empresas pueden elegir participar en ellas o no, y abandonarlas en cualquier momento, de acuerdo al marco regulatorio legal y al país en que se encuentren (Küçüksayraç, 2015). Esto se debe a que las regulaciones existentes y la demanda del mercado suelen ser distintas entre las naciones, lo que desestimula el impulso, cada vez más relevante, de desarrollar prácticas empresariales con diseño para la sustentabilidad.

En este manuscrito se tiene como objetivo comentar qué es una empresa sustentable, así como interiorizar con el contexto de la cultura de responsabilidad empresarial, la gestión ambiental en las empresas y finalizar con algunas consideraciones respecto al tema.

¿QUÉ ES UN EMPRESA SUSTENTABLE?

En este inicio del siglo XXI se debe seguir trabajando para estimular un crecimiento de carácter económico, con matices incluyentes de carácter social y ambiental. Este desarrollo económico permitirá que muchos países logren la cohesión y bienestar social esperado, además del acceso a una gestión ambiental conveniente para el presente y para el futuro. En este sentido, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2014:1):

promueve un enfoque sostenible basado en las personas para el desarrollo de empresas. En las empresas y en el mundo laboral, las esferas social, económica y ambiental del desarrollo sostenible interactúan de forma inseparable. Las empresas sostenibles alinean el crecimiento empresarial y la creación de empleos productivos y de trabajo decente con objetivos de desarrollo sostenible.



Este mismo organismo internacional ha indicado que los medios para favorecer el desarrollo de empresas sustentables radican fundamentalmente en contar con fuentes de financiamiento, suficiente infraestructura, estabilidad política y social en las naciones, además de poseer una normativa jurídica y administrativa clara y enfocada a la sustentabilidad, pero también la disposición de mano de obra calificada que les permita acceder y garantizar su funcionalidad. De esta manera, se señala, se busca respaldar a los empresarios –inicialmente a los ya existentes– y posteriormente a los que potencialmente puedan contribuir a este desarrollo económico sustentable.

Sin lugar a dudas, este escenario promovería prácticas empresariales responsables y sustentables, tanto en el lugar de trabajo como en el entorno, y en la vertiente o giro económico en que se inserten. Por consiguiente, se busca favorecer “lo relativo a la creación de empresas, y fomentar lugares de trabajo sostenibles y responsables que combinen una mayor productividad y menos emisiones ambientales con mejores condiciones de trabajo y relaciones laborales” (OIT, 2014:2). De esta manera, las empresas sustentables toman un rol sumamente clave como estrategia global para alcanzar el propósito del desarrollo sustentable; desarrollo que promulga la prosperidad social y económica, además del equilibrio ecológico y la búsqueda del bien común (Velázquez y Vargas, 2012; Cantú-Martínez, 2022).

Por lo tanto, una empresa sustentable tiene como propósito la mejoría de las condiciones socioeconómicas donde se encuentra asentada y, adicionalmente, gestiona y conserva los recursos naturales, tanto desde sus operaciones internas como de las implicaciones externas que pueden llegar a causar. Actualmente, el concepto de empresa sustentable está fuertemente ligado a la noción de responsabilidad social, que incentiva la generación de valores y prácticas empresariales responsables. De esta forma, la sustentabilidad se erige como un imperativo para la continuidad de orden empresarial en cualquier lugar del mundo.

CULTURA DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

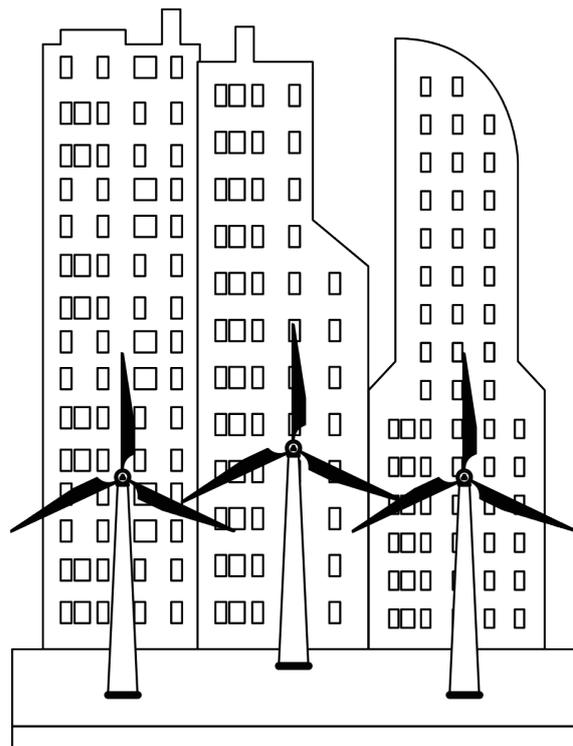
Si la cultura de responsabilidad empresarial se logra consolidar en todas las organizaciones productivas, éstas serán, de acuerdo al contexto internacional, mucho más competitivas. La característica que distinguirá a estas empresas de otras será la amalgama de esta responsabilidad empresarial con la cultura empresarial, que originará una filosofía que involucra el compromiso con los rubros social y ambiental, que también se puede denominar como responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa (Ordoñez, 2015). De acuerdo con esto, Carro-Suárez, Sarmiento-Paredes y Rosano-Ortega (2017) comentan que en la cultura empresarial existen cuatro postulados que convergen para la consolidación de esta cultura de responsabilidad empresarial: el involucramiento, la adaptabilidad, la misión y la consistencia.

El involucramiento se refiere al empoderamiento que debe haber en el capital humano y de las competencias que deben coexistir en derredor de la planta de empleados y trabajadores que integran la organización. En tanto, la adaptabilidad responde a las cualidades que una empresa debe ostentar para responder a los cambios –de manera oportuna– y a las propias exigencias del mercado en que se encuentra incidiendo. Mientras la misión detalla el propósito que define el rumbo de la empresa y las metas que se persiguen por el establecimiento; además define el rasgo que se desea alcanzar con el emprendimiento empresarial. Finalmente, la consistencia demarca el compromiso por la planta laboral, la cual es coherente con los valores centrales de la organización empresarial.

El cumplimiento de estos cuatro atributos sólo se podrá constatar mediante el análisis de las derivaciones y secuelas que inciden en la sociedad por su actividad productiva, y que deberán valorarse en el marco de las dimensiones económica, social y ambiental, cuyos resultados podrán ser diferentes según la envergadura de las compañías empresariales (Hillary, 2000; Williams y Schaefer, 2013). Por lo cual, la cultura de la responsabilidad empresarial se yergue en un término

que está en constante cambio, acorde a los procesos de globalización social y económica, desarrollo tecnocientífico y lo relativo a la protección del ambiente. Así, la cultura de responsabilidad empresarial es un objeto de análisis inter, trans y multidisciplinario, en la cual concurren diferentes puntos de vista sobre la conceptualización de cultura de responsabilidad empresarial.

Por otra parte, la cultura de responsabilidad empresarial va de la mano con los preceptos de la sustentabilidad, la cual, desde su origen en 1998, ha reconfigurado el sistema de valores prevalecientes en la sociedad y en todas las organizaciones productivas en el mundo. Así, la sustentabilidad, de manera importante, promueve el balance entre los aspectos económicos, sociales y ambientales, y además persigue sostener el bienestar del ser humano (Severino, 2017).





LA GESTIÓN AMBIENTAL EN LAS EMPRESAS

La gestión ambiental se ha convertido en un elemento sumamente relevante en el marco de la cultura de la responsabilidad empresarial, ya que con ello la empresa se encamina a la implementación de acciones dirigidas a proteger y preservar el ambiente y a la mejora de las condiciones de vida de la sociedad en la cual se haya incluida, para con esto incorporar de manera efectiva los aspectos inherentes al desarrollo sustentable (Cuevas, Rocha y Soto, 2016). Por lo cual, la gestión ambiental involucra el empleo de recursos financieros y de carácter organizacional, para cumplir con la agenda que en materia ambiental y de sustentabilidad existe en el plano internacional.

Particularmente, se marca una pauta —en este sentido— a partir de 1999, cuando, mediante el pacto global, la Organización de las Naciones Unidas, encabezada por Kofi Anam, indica que el propósito fundamental y creciente —en ese momento— sería desarrollar una economía con carácter global y sustentable (Ordoñez, 2015). Dicho en otras palabras, con esto se da comienzo a la incorporación de la responsabilidad empresarial, y de forma adjunta al empleo de la gestión ambiental. Es así que la vinculación existente entre la gestión ambiental y la cultura de responsabilidad empresarial se ha constituido en una de las fortalezas más importantes para todos los emprendimientos empresariales, ya que con ello les ha permitido ajustarse a los cambios acelerados en los escenarios sociales, económicos y políticos en materia de productividad.

De hecho, Huerta y García (2009:16) aseveran que “lo más apropiado en la actualidad es contar con una estrategia empresarial que incluya, además de todos los componentes tradicionales, los aspectos ambientales como parte crítica del éxito de la firma”. El establecimiento de un sistema de gestión ambiental involucra el conocimiento e identificación de todos aquellos procesos que se encuentren generando un efecto ambiental perjudicial, con la finalidad de implementar una serie de procedimientos para controlar o anular dicho impacto; para lograr esto el sistema de gestión ambiental debe ser permanente y continuo.

Con estas actuaciones, las empresas manifiestan ante la sociedad una actuación responsable y ética, por ende, tienen mayores posibilidades de ampliar su eficiencia productiva, competitividad en los mercados y dar validez a sus actividades. La orientación de estas acciones involucra la generación de conocimiento, con el objetivo de abonar a su permanencia como empresa y contribuir a la conservación del medio natural. Entre las pautas para alcanzar esto se encuentra el cumplimiento que deben hacer las empresas de las políticas y normas en materia ambiental, privilegiar la mejora continua, priorizar la prevención por sobre la corrección en los procesos productivos, impulsar la incorporación de tecnología limpia, así como auditar de manera permanente sus métodos y técnicas de manufactura, entre otros aspectos relevantes (Aguilera y Santana, 2017).

CONSIDERACIONES FINALES

A manera de reflexión final, la cultura de la responsabilidad empresarial, aunada a la gestión ambiental, se erigen como un proceso con cualidades distintivas, como la interacción, la colaboración, la creatividad y la innovación. Que, sin lugar a dudas, comprometen a las empresas en un accionar institucional que asume responsabilidad en el corto, mediano y largo plazo con los objetivos del desarrollo sustentable.

La preparación de un plan de desarrollo empresarial en derredor de estos dos elementos –la gestión

ambiental y cultura de responsabilidad empresarial– se constituye además en la base para restablecer la imagen empresarial, generar espacios de diálogo y rendición de cuentas ante la sociedad civil y ante las instancias gubernamentales. La finalidad de esto es dar a conocer la misión, visión y valores que ostentan, con el propósito de crear una identidad ante la sociedad y promover su deber con la sustentabilidad, en la que confluye la prosperidad social y la conservación de la naturaleza.

REFERENCIAS

- Aguilera, C.A., y Santana, R. G. (2017). *Fundamentos de la gestión ambiental*. Ecuador: Universidad ECO-TEC.
- Calva, J. (2007). *Sustentabilidad y desarrollo ambiental*. México: Porrúa.
- Cantú-Martínez, P. C. (2021). Econegocios y sustentabilidad. *Ciencia UANL*. 24(110):56-61.
- Cantú-Martínez, P. C. (2022). Sustentabilidad y responsabilidad social. *Ciencia UANL*. 25(111):64-70.
- Carro-Suárez, J., Sarmiento-Paredes, S., y Rosano-Ortega, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. *Estudios Gerenciales*. 33:352365.
- Cuevas, IY., Rocha, L., y Soto, M. del R. (2016). Incentivos, motivaciones y beneficios de la incorporación de la gestión ambiental en las empresas. *Universidad & Empresa*. 18(30):121-141.
- HCGlobal Group. (2009). *Emprendimiento social y su sustentabilidad*. Santiago. HCG-G.
- Hillary, R. (Ed.) (2000). *Small and Medium-Sized enterprises and the Environment: Business Imperatives*. Sheffield: Greenleaf Publishing.
- Huerta, E., y García, J. (2009). Estrategias de gestión ambiental: una perspectiva de las organizaciones modernas. *Clío América*. 3(5):1530.
- Küçüksayraç, E. (2015). Design for sustainability in companies: strategies, drivers and needs of Turkey's best performing businesses. *Journal of Cleaner Production*. 106:455-465.
- Martínez, J., y Roca, J. (2013). *Economía ecológica y política ambiental*. México: Fondo de Cultura Económica.
- OIT. (2014). *Empresas sostenibles: creación de más y mejores empleos*. Ginebra. Departamento de Empresas-Organización Internacional del Trabajo
- Ordoñez, J.P. (2015). *Responsabilidad social en la cultura empresarial; factor competitivo*. Bogotá. Universidad Militar Nueva Granada.
- Severino, P. (2017). Responsabilidad social empresarial y conductores de valor: análisis de empresas chilenas que publican informes de sustentabilidad. *Multidiscip. Bus. Rev.* 10(1):2034.
- Velázquez, LV., y Vargas, J.G. (2012). La sustentabilidad como modelo de desarrollo responsable y competitivo. *Ingeniería de Recursos Naturales y del Ambiente*. 11:97-107.
- Williams, S., y Schaefer, A. (2013). Small and medium sized enterprises and sustainability: managers' values and engagement with environmental and climate change issues. *Business Strategy and the Environment*. 22:173-186.