



LA CULTURA AMBIENTAL EMPRESARIAL COMO COMPLEMENTO DE LA
RESPONSABILIDAD AMBIENTAL EMPRESARIAL

Ensayo

PRESENTADO POR:

DIEGO ALEJANDRO DIAZ ACUÑA

Código:4700132

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Bogotá D.C

Octubre 2019

INTRODUCCION

Ha sido debido a la degradación del medio ambiente a nivel global que las personas y sobre todo las empresas, han tratado de cambiar los antiguos paradigmas de pensamiento sobre producir, consumir y desechar, haciendo necesario tomar diferentes alternativas más amigables hacia un medio ambiente cada vez más escaso de recursos y menos habitable. Por esta razón fue creada la gestión ambiental empresarial, destinada a corregir las practicas más dañinas de las instituciones en el ambiente socioeconómico implementan en sus cadenas de valor.

Lo anterior se puede interpretar de otra manera, lo que busca la gestión ambiental empresarial es modificar la cultura de una organización, entendiendo cultura organizacional como respuestas que ha aprendido el grupo ante sus problemas de subsistencia en su medio externo y ante sus problemas de integración internas un producto aprendido de la experiencia, y por tanto algo localizable solo allí, donde exista un grupo definible y poseedor de una historia significativa. (Schein, 1988)

Esta nueva cultura seria conocida como cultura ambiental, y el propósito de este escrito es exponer ¿Qué es la cultura ambiental? ¿Qué es necesario para que se de en las empresas? Y ¿Colombia tiene herramientas para fomentar la cultura ambiental? Para esto se consultarán distintas fuentes, se expondrán varios puntos de vista y se sacarán las conclusiones pertinentes ante un tema que ciertamente puede ser complejo.

1. CULTURA ORGANIZACIONAL

Si se entiende la cultura en general como las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, la reacción del individuo en la medida en que se ven afectados por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres. (Franz Boas, 1930)

La cultura organizacional debe ser vista como el conjunto de experiencias importantes y significativas tanto internas y externas que los individuos en una empresa han experimentado e implementado estrategias para adaptarse a la organización. (Pedraza, Obispo, Vásquez, & Gómez, 2015)

Y así mismo esta cultura está dividida en tres niveles expuestos por (Schein, 1998) los cuales están interrelacionados y conforman las creencias y presunciones de una cultura organizacional:

- Producciones: está dado por su entorno físico y social. En este nivel cabe observar el espacio físico, la capacidad tecnológica del grupo, su lenguaje escrito y hablado y la conducta expresa de sus miembros.
- Valores: que reflejan en última instancia la manera en que deben relacionarse los individuos, ejercer el poder y pueden ser validados si se comprueba que reducen la incertidumbre y la ansiedad.
- presunciones subyacentes básicas: permite la solución a un problema cuando esta se ha dado repetidamente y queda a la larga asentadas. (Pedraza, Obispo, Vásquez, & Gómez, 2015)

se entiende que la cultura organizacional es un gran influyente en la productividad de una empresa, ya que dependerá de las decisiones y actitudes frente al entorno laboral que los empleados

tomen, que las operaciones dentro de la empresa se verán afectadas de forma positiva o negativa, asumiendo un conjunto de comportamientos que se han venido practicando desde la experiencia de convivir y trabajar en un entorno ya conocido. Es recomendable para los directivos el direccionar esta cultura si se quiere conseguir un resultado óptimo más allá de cumplir una normativa específica, y de darle un direccionamiento que la lleve al cuidado del entorno.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Para hablar de cultura ambiental empresarial es necesario hablar de una parte de la responsabilidad social empresarial, aquella que orienta a las empresas en prácticas ambientalmente correctas. La responsabilidad ambiental empresarial es una gran herramienta a la hora de generar cultura debido a su implicación a la hora de modificar la conducta de un conjunto de individuos cohabitando y produciendo generalmente en un mismo espacio (empresa).

La responsabilidad ambiental empresarial es una tendencia relativamente nueva que busca que las empresas sean más consientes hacia el entorno que las rodea y los recursos que utilizan de él, haciendo posibles operaciones acordes al desarrollo sostenible que brindaran diferentes beneficios a las empresas en varios ámbitos.

Según Gardetti (2004) la responsabilidad ambiental posee un fundamento ético y operativo, el cual, por un lado, está fundado en una ética de reciprocidad y compromiso (intergeneracional) que impulsa hacia una forma distinta de gestionar, producir, consumir y relacionarse entre las empresas y su entorno. Así mismo, responde a necesidades “operativas” de los diferentes agentes públicos y privados, expresadas en la búsqueda de una mayor innovación y (Eco) eficiencia traducida en un mejor resultado en el cumplimiento de sus respectivas misiones. Y según algunos autores como, Núñez (2003) la responsabilidad ambiental empresarial es un factor netamente interno de la

organización que trata cuestiones como la disposición de residuos, prevención de desastres por operaciones y sacar mayor provecho de los recursos extraídos. (Senior, Narváez, Fernández, & Revilla, 2007) Sin embargo, está demostrado que la responsabilidad ambiental empresarial bien ejercida también reconoce un compromiso con el ambiente externo y sus integrantes así como sus intereses.

Existen dos enfoques para que las empresas puedan gestionar sus actividades ambientales, existe la gestión ambiental reactiva y proactiva, la primera procura replicar a las presiones legislativas y de los grupos de interés mediante actuaciones sencillas e inversión en tecnologías de control. La segunda incorporan procesos de planificación ambiental, personas y organismos responsables y un sistema de seguimiento y control del comportamiento medioambiental exhaustivo. (Trujillo & Vélez Bedoya, 2006)

Así pues, las empresas hacen uso de normatividad interna encaminada a prácticas ambientalmente correctas para influir en el comportamiento de sus trabajadores, los cuales adquirirían nuevos comportamientos autorregulados por los mismos compañeros de trabajo por temor a la crítica social y presión de sus superiores. Los consumidores de la empresa que tengan conciencia ambiental se verán atraídos a la misma debido a la búsqueda de productos sostenibles, y aquellos que no acostumbren a fijarse en eso adoptaran nuevos hábitos de consumo. Los inversionistas (nacionales o extranjeros) apoyarán a estas empresas eco-amigables pues conocen el auge que tienen en el mercado en estos momentos y así sucesivamente, las empresas influirán en las decisiones de todos los stakeholders generando una nueva que se llamaría cultura ambiental apoyando el desarrollo sostenible.

Además, teniendo en cuenta la globalización de los mercados y la fácil obtención de la información para los consumidores, las empresas se ven obligadas a obtener una ventaja

competitiva que les permita seguir en sus respectivos nichos, y la responsabilidad ambiental empresarial (RAE) ofrece la opción óptima para lograrlo con prácticas atractivas para los stakeholders que garantizan la perdurabilidad de la empresa en el tiempo, tal como exponen María Trujillo y Rodrigo Vélez, al desarrollar una ventaja competitiva ambiental se pretende que la empresa logre una reducción de los costos en sus procesos por una producción eficiente, aproveche mejor los recursos involucrados en el proceso productivo y los desechos originados por el mismo, o agregue valor al producto y lo posicione en el mercado basado en la consciencia social de los consumidores. (Trujillo & Vélez Bedoya, 2006)

Desde el punto de vista de los costos las reducciones pueden originarse por la reutilización de componentes en el proceso de producción, el reciclaje, la sustitución de materias primas, el ahorro de agua, entre otros. Los ingresos pueden verse mejorados gracias a la posibilidad de penetrar en mercados con altas exigencias desde el punto de vista medioambiental o el simple posicionamiento de los productos verdes en algunos nichos de mercado.

2.1 EDUCACION AMBIENTAL

A pesar de que el conocimiento por sí solo no pueda modificar cultura para temas ambientales, la educación sigue siendo la herramienta más importante para la modificación del comportamiento, y para este caso, es necesario hablar de educación ambiental, la cual, es definida como el proceso interdisciplinario para desarrollar ciudadanos conscientes e informados acerca del ambiente en su totalidad, en su aspecto natural y modificado; con capacidad para asumir el compromiso de participar en la solución de problemas, tomar decisiones y actuar para asegurar la calidad ambiental. (Rick Mrazek, 1996)

Esta tiene la finalidad de generar nuevas conductas en las personas, fomentar compromiso con el medio que nos rodea, mejorar la calidad de vida, estrechar las relaciones humanas e impulsar el desarrollo económico y social, y para lograrlo, la educación ambiental pretende:

- Favorecer el conocimiento de problemas ambientales, locales y planetarios.
- Capacitar a personas para analizar, críticamente, la información socio-ambiental.
- Facilitar la comprensión de los procesos ambientales en relación con los sociales, económicos y culturales, de manera política.
- Estimular valores pro-ambientales y fomentar actitudes críticas y constructivas.
- Apoyar el desarrollo de una ética que promueva la protección del ambiente desde una perspectiva de equidad y solidaridad.
- Capacitar a las personas en el análisis de los conflictos socio-ambientales, en el debate de alternativas y en la toma de decisiones para su resolución.
- Fomentar la participación de la sociedad en los asuntos colectivos, potenciando la responsabilidad compartida hacia el entorno.
- Ser instrumento de conductas sustentables en todos los ámbitos de la vida. (Martínez Castillo, 2010)

Así pues, con una adecuada transmisión de conocimiento ambiental que este enfocada a una estructura de valores, es posible cambiar la actitud de un grupo de individuos hacia ciertas prácticas que antes se veían normales pero eran nocivas para el medio ambiente, a través de la continua repetición y correcta transmisión es posible construir una nueva cultura, así lo afirma Sandra E Blanco al decir que la cultura ambiental empresarial puede construirse en el marco de la

modificación de comportamientos con el propósito de cambiar las creencias y actitudes, a través de normas sociales que regulan la conducta, aprendizaje observacional o modelamiento para generar imitación de los comportamientos, capacitación para proporcionar conocimientos técnicos, estrategias de divulgación como parte esencial de la interacción social, estrategias de compromiso, trabajo en equipo y programas de refuerzo y castigo que aumenten y disminuyan la conducta e involucrarse en los grupos sociales en diferentes escenarios. (BLANCO, 2014)

También, tener en cuenta que el tema ambiental incluye a todos, debido a que, sin importar el país o la región, el ser humano tiene que coexistir con el ambiente que habita y es responsabilidad el entender y proteger dicho ambiente con el objetivo de poder aprovechar sus riquezas y ventajas sin tener que abandonarlo por el abuso y la sobreexplotación de recursos.

La educación ambiental tiene como meta el desarrollo sostenible de un país y las sociedades sustentables, basadas en el respeto de cualquier forma de vida, generando valores que contribuyan al desarrollo humano y estimular la preservación ecológica.

3. LA CULTURA AMBIENTAL

Se puede entender como el reconocimiento del ser humano por la vida y su ambiente, la cual se encuentra en constante cambio. Es un producto de la acción individual y colectiva de los seres humanos. La cultura ambiental debe ser reconocida como una construcción constante que refleja el uso de los recursos naturales por el ser humano, y su grado de responsabilidad hacia el entorno. (Segreda, 2016)

Como bien es sabido, la cultura por si sola está conformada por las creencias, conocimientos y valores de un conjunto de personas, por lo tanto, si se quiere introducir un ámbito ambiental, es necesario transformar la cultura, lo cual, implica ligar el conocimiento a los valores para generar

un cambio a la actitud. También es necesario observar el comportamiento presente de una comunidad para entender los diferentes preceptos culturales a lo largo del tiempo, si se habla del medio ambiente podemos referirnos a técnicas de minería, pesca, agricultura y ganadería. También la implementación de leyes ambientales, la conducta individual de los habitantes y la disposición de basuras. Después de este análisis se debe tener en cuenta la naturaleza de los tres tópicos culturales.

El primero es el conocimiento el cual según (Segreda, 2016) es un gran precursor en las creencias que influyen en el comportamiento ambiental, sin embargo, la investigación en este campo ha demostrado que el nivel de conocimiento no es un buen predictor de conductas ambientales responsables. Para que sea efectivo debe incluirse el aspecto afectivo y emocional del ser humano.

Luego están las creencias, que son precursoras de acción, y determinantes de las actitudes, las normas subjetivas y el autocontrol, por lo que su intervención resulta muy apropiada para efectos de transformar la cultura ambiental.

Y, por último, los valores constituyen la ética orientadora de las relaciones entre las personas y el ambiente, no obstante, es imposible determinar si las transformaciones en las conductas ambientales son producto de un cambio inicial de valores, o si estos valores son producto de conductas transformadas debido al conocimiento y las creencias de los grupos sociales.

3.1 CULTURA AMBIENTAL ORGANIZACIONAL

Ya entendido el papel de la cultura organizacional en una empresa, y la influencia de la responsabilidad ambiental organizacional para modificar y controlar acciones, y como con un

cambio de actitudes se puede incorporar una visión ambiental a la cultura, faltaría el explicar cómo afecta la cultura ambiental a las empresas.

La tarea principal de la gestión ambiental empresarial es otorgar una serie de herramientas y normas para indicar a las empresas el camino correcto a seguir para efectuar operaciones menos nocivas al entorno, y aunque la gran mayoría de las empresas a demostrado aplicación de este tipo de gestión, la realidad es que estas mismas empresas se limita a seguir la normativa sin tomar ninguna iniciativa propia.

La cultura ambiental empresarial debe nacer desde adentro de una organización, que ha adoptado unos comportamientos o practicas propias que favorecen el entorno interno y externo de la organización, más allá de lo exigido por la ley y que además no perjudique la cadena de valor de la empresa. Estos comportamientos deben ser impulsados por una gerencia consiente de la necesidad del cambio en las operaciones únicamente impulsadas por un marco legal y con ánimo cooperativo hacia su entorno externo.

El inicio debe darse desde lo más básico, acciones que puede que no generen un gran impacto en la sociedad y que solo sean vistas como otra norma de comportamiento en la organización, pero con el seguimiento adecuado, una planeación de metas clara y asignación de recompensas justa, poco a poco se cambiara el comportamiento de los integrantes de la organización hasta que se vea como una práctica normal.

A la larga y con un conjunto de nuevos comportamientos ambientales, la empresa habrá logrado modificar su cultura interna al darle un ámbito ambiental que no es requerido por la ley pero que será reconocido por los stakeholders haciendo que la empresa suba su valor implícito y sea reconocida por buenas practicas, lo que al final se volverá una ventaja competitiva.

4.APLICACIÓN EN COLOMBIA

Si se refiere a Colombia, la educación ambiental ha presentado una falencia en el contexto social que nos lleva a simplificar los temas ambientales restándole la importancia que se merece. La gran mayoría de la población no reconoce la extensión de realidades como el medio ambiente, los conflictos ambientales, los ecosistemas, los impactos ambientales, o la sensibilidad ambiental, haciendo que sea imposible el entender el nivel de riesgo de nuestras acciones diarias, y lo que conlleva a posibles desastres ambientales al no entender que los recursos son finitos.

Se maneja una cultura individualista con comportamientos que busca facilitar las cosas sin darse cuenta del daño al entorno, y se tiene la necesidad de modificar dichos comportamientos a través de una educación que sensibilice a los habitantes del territorio colombiano sobre la materia ambiental, tal como lo exponen Beatriz Andrea Rengifo, Liliana Quitiaquez Segura y Francisco Javier Mora Córdoba al decir que hoy en la sociedad colombiana se ve la necesidad de una educación ambiental que persista en los conocimientos, actitudes, comportamientos y hábitos frente al ambiente orientados a conseguir que la humanidad cambie su clásica concepción de que la naturaleza es un elemento pasivo y complaciente, que se regenera automáticamente, porque es un bien infinito, siempre disponible para satisfacer los caprichos del ser humano.

Este cambio debe producirse mediante un concepto que considere a la naturaleza como un elemento activo, que responde y reacciona ante los estímulos de las personas. La educación ambiental deberá buscar que la sociedad aprenda a interpretar y analizar las reacciones de la naturaleza, a conocer que el entorno natural tiene capacidad limitada de regeneración y que muchos de sus elementos, al ser utilizados por el ser humano, se convierten en recursos finitos. (Beatriz Andrea Rengifo Rengifo, 2012)

Sin embargo, si se quiere obtener un resultado autentico con la cultura ambiental, debe existir una congruencia entre lo explicado con la realidad que vive el país para impulsar a la reflexión que dé a entender que es realmente necesaria una transformación en la forma de ver, pensar y sentir las cosas, y por sobre todas las cosas se tiene que iniciar reconociendo los errores y la necesidad de cambio

4.1 MARCO LEGAL AMBIENTAL

En Colombia existe una regulación ambiental lo suficientemente gruesa para abordar las diferentes actividades económicas a nivel nacional e internacional. Existen cinco referentes normativos principales a saber.

- Tratados internacionales
- Constitución política colombiana de 1991
- Sistema nacional ambiental
- Los ODS
- El plan nacional de desarrollo
- Los sistemas de gestión ambiental

La política ambiental iniciaría hasta 1991, donde en la ley 93 de 1993 se crea el Ministerio de Medio Ambiente y el Sistema Nacional Ambiental, que más tarde se convertiría en el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT), lo cual fue considerado como un debilitamiento del primer organismo de autoridad ambiental, y la primera falla en cuanto a política ambiental del país. En dicha constitución empiezan a aparecer una serie de artículos en las que se estipula el manejo y disposición del medio ambiente al cual, tiene derecho los colombianos, el papel de la educación, y obligaciones de las empresas, para el caso los mas notorios serian:

- Art 8: obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación
- Art 49: la atención del saneamiento ambiental como servicio público a cargo del Estado
- Art 66: condiciones especiales de crédito agropecuario teniendo en cuenta las calamidades ambientales
- Art 67: la educación como proceso de formación para la protección del ambiente
- Art 79: el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano; la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo; y el deber del Estado de proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro efectivo de estos fines
- Art 80: la obligación del Estado de planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución; prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados; y cooperar con otras naciones en la protección de los ecosistemas en las zonas fronterizas
- Art 95: el deber de la persona y del ciudadano de proteger los recursos culturales y naturales del país y de velar por la conservación de un ambiente sano
- Art 150: la función del Congreso de reglamentar la creación y funcionamiento de corporaciones autónomas regionales
- Art 333: la empresa tiene una función social que implica obligaciones; la ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exija el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación

CONCLUSIONES

En consecuencia, del rápido deterioro del medio ambiente y de la cada vez más grandes escases de recursos, es necesario el cambio de las acciones, y la implementación de una cultura ambiental arraigada en el diario actuar dará las bases para el desarrollo sostenible.

Lo que busca la cultura ambiental es concientizar a una comunidad para que cambie su percepción hacia el medio ambiente y su realidad, uniendo a los actores de la sociedad para modificar costumbres arraigadas y alcanzar una cultura nueva y progresista que apoye al desarrollo sostenible.

Se necesita de la completa cooperación de las empresas para generar un cambio en la sociedad, y así mismo, las empresas deberán cambiar desde sus prácticas más básicas con la dirección de la gerencia para modificar sus actitudes y operaciones internas y la cooperación de trabajadores para seguir la nueva normativa de cambio.

La educación con enfoque ambiental será necesaria para encaminar a las personas a nuevas prácticas, sin embargo, esta educación tendrá que ligarse a los valores y ciencias de la comunidad para que realmente tenga un efecto duradero.

Para que Colombia adopte una cultura ambiental el camino aun es largo, porque a pesar de ser un país bendecido con alta riqueza natural, la población no entiende su valor y suele ignorar el tema ambiental, y aunque el país cuente con una legislación ambiental fuerte, no cuenta con medios de seguimiento y control para toda la población colombiana haciendo imposible la sanción de faltas ambientales.

Referencias

- Beatriz Andrea Rengifo Rengifo, L. Q. (2012). *LA EDUCACION AMBIENTAL UNA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA QUE CONTRIBUYE A LA SOLUCION DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL EN COLOMBIA*. nariño.
- BLANCO, S. E. (2014). CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA AMBIENTAL EMPRESARIAL DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL. ESTUDIO DE CASO: SEGUROS BOLÍVAR S.A . bogota: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA .
- Martínez Castillo, R. (2010). La importancia de la educación ambiental ante la problemática actual. *Revista Electrónica Educare*, vol. XIV, núm. 1, 102.
- Pedraza, L., Obispo, K., Vásquez, L., & Gómez, L. (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. *Revista Clío América*, 18,19.
- Segreda, A. M. (17 de mayo de 2016). *revista de educacion ambiental BIOCENOSIS*. Obtenido de Transformación de la cultura ambiental mediante la docencia universitaria:
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1399-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3160-1-10-20160517.pdf
- Senior, A., Narváez, M., Fernández, G., & Revilla, J. (2007). Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales*, 486.
- Trujillo, M. A., & Vélez Bedoya, R. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. *Universidad & Empresa*, vol. 5, 297.