

“Percepción de los consumidores sobre el rol que cumplen las empresas en pro del medio ambiente”

Karla Yamileth R.Z.¹, Fátima Yaneth G.G.², Fátima del Carmen M.H.³

María Elena C.E⁴ Jennifer Marisol N.M⁵

¹ Estudiante de administración de empresa
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

² Estudiante de administración de empresa
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

³ Estudiante de la carrera administración de empresa
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

⁴ Estudiante, de la carrera administración de empresa
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

⁵ Estudiante de la carrera mercadeo

Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

¹karla.ramirez171016@liveusam.edu.sv, ²fatima.gonzalez190254@liveusam.edu.sv,

³fatima.monterrosa191219@liveusam.edu.sv, ⁴maria.cornejo190909@liveusam.edu.sv

⁵jennifer.navidad210648@liveusam.edu.sv

Resumen

Desde el comienzo de las industrias son los responsables de las emisiones totales de algunos de los principales contaminantes atmosféricos y gases de efecto invernadero, así como de otros importantes impactos medioambientales, como la liberación de contaminantes en el agua y el suelo, la generación de residuos y el consumo de energía. Y esto afecta al deterioro ambiental que vive el planeta. Así mismo los consumidores juegan un papel importante en la fomentación de una verdadera responsabilidad ambiental de las empresas, porque tienen el derecho a conocer sus prácticas ambientales y a difundir esta información entre el resto de la población. Además, tienen derecho a elegir productos y servicios que respeten el medio ambiente y a rechazar aquellos que no lo hacen; de esta manera, ejercen su responsabilidad como consumidores para cuidar el medio ambiente.

Palabras clave: Estrategias que utilizan las empresas, percepción de los consumidores, productos ecológicos.

Abstract

Since the beginning of the industrial era, they have been responsible for the total emissions of some of the main atmospheric pollutants and greenhouse gases, as well as other important environmental impacts, such as the release of pollutants into water and soil, the generation of waste and energy consumption. And this affects the environmental deterioration that the planet is experiencing. Likewise, consumers play an important role in promoting a true environmental responsibility of companies, because they have the right to know their environmental practices and to disseminate this information among the rest of the population. In addition, they have the right to choose products and services that respect the environment and reject those that do not; in this way, it exercises its responsibility as consumers to take care of the environment.

Keywords: Strategies used by companies, consumer perception, ecological products.

Introducción

El impacto de los procesos industriales en el medio ambiente, con el paso del tiempo va dejando su marca en el territorio que habita, sin embargo, esto se ha potenciado desde la expansión de los procesos industriales, y no precisamente para bien. Desde 1992, cuando se celebró la Cumbre de Río, que se trata en un plan de acción internacional de temas medio ambientales y de desarrollo, dónde la Organización de las Naciones Unidas ha dejado claro que tanto el ser humano como la naturaleza son elementos indispensables para un desarrollo sostenible, los países miembros se comprometieron a regular y reducir el impacto negativo medio ambiental. (CEUPE, 2022)

El cuidado del medio ambiente por parte de las empresas en la actualidad se ha convertido en un tema importante ya que se debe analizar cada factor tanto como las empresas y las personas debemos contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente, es importante destacar que a la hora de elaborar un producto surgen interrogantes de cómo un producto se puede desechar fácilmente después de ser utilizado y el funcionamiento de manera eficaz ya que las empresas son responsables en poner a la venta productos desechables o que no sean productos duraderos y esto hace concientizar a las personas que las empresas no están dejando atrás el tema del medio ambiente. (Ecofiltro, 2021)

Las empresas deben promover el consumo responsable, permitiendo un control de las sustancias que provocan la contaminación atmosférica, tales como agentes gaseosos, líquidos y sólidos para que los clientes o consumidor den seguimiento sobre el cuidado y conservación del medio ambiente a través de su aporte con el mismo, y cambiando su pensar y acciones, eligiendo productos más saludables que sean menos contaminantes, comprometidos para el cuidado del medio ambiente para hacer de este un mundo mejor, y como responsabilidad social las empresas respetar, cuidar y valorar el entorno ambiental, dando un uso racional y consciente de los recursos naturales. (Redacción , 2019)

Marco referencial

Antecedentes de la cultura ambiental.

Las empresas y su relación con el medio ambiente iniciaron desde la industrialización a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX generando cambios tecnológicos, económicos, sociológicos, y culturales en la historia de la humanidad, provocando muchos problemas ambientales, como desequilibrios de ecosistemas, diversas formas de contaminación y otros problemas sociales, esto dio origen a la explotación de numerosos recursos naturales, especialmente los fósiles (carbón, agua, petróleo) dado que al ver la necesidad energética de la sociedad industrial estos factores no se dejaron de utilizar.

Desde la industrialización y el impacto que ha tenido el medio ambiente durante los años las sociedades y las políticas de mucho gobierno ha llevado a implementar muchos factores para el cuidado del medio ambiente incluyendo el cambio de hábitos de los consumidores, y que las empresas se han comprometido a dar los pasos necesarios para hacer la transición hacia una mayor sostenibilidad ambiental. (Industrialización , 2013)

Las empresas en la actualidad

Las empresas para cuidar el medio ambiente implementan políticas sostenibles en las que en ellas incluyen diversas prácticas dependiendo del nicho del negocio en que se encuentran, implementando objetivos empresariales y sostenibles a la vez cuidar de la mala gestión de los recursos como agua, electricidad, tanto que las empresas ven la preocupación y están generando actitud ecológica de consumo y a la vez proporcionando mejoras en su producto a través de estrategia diferenciadora basada en una reducción del impacto medioambiental de sus productos. (Ecofiltro, 2021)

También tienen en cuenta los proveedores sostenibles ya que los consumidores prefieren trabajar con empresas amigables con el medio ambiente.

Los consumidores ecológicos los definimos como individuos que han tomado conciencia de la preservación del entorno natural y que ven influenciado su comportamiento por variables internas (valores y personalidad) y externas (información, publicidad y grupos sociales a los que se pertenece).

Estos compradores trasladan su compromiso con el bienestar ambiental a sus hábitos de compras y acostumbran a actualizarse con las políticas ecológicas de las empresas, además estos compradores suelen ser más conscientes que, negándose a comprar productos manufacturados con técnicas que dañan el medio ambiente, pueden desincentivar su elaboración y, al mismo tiempo, llamar la atención de las empresas, mostrándose como un nuevo nicho de mercado y una oportunidad de negocio. De este modo, los consumidores verdes evitan los artículos que: (Klawter, 2022)

- Suponen un riesgo para la salud
- Perjudican el medio ambiente durante su fabricación, uso o posterior eliminación
- Consumen mucha energía
- Tienen un embalaje excesivo
- Implican el uso de animales de forma abusiva o cruel en su proceso
- Afectan negativamente otros pueblos o países

Las expectativas y exigencias de compra de los consumidores hacia los fabricantes a nivel global están ejerciendo cada vez más presión en la elaboración de productos sostenibles y medioambientalmente responsables. Un estudio elaborado por IBM Institute for Business Value muestra los factores que tienen en cuenta los compradores ecológicos, entre los cuales destacan la fabricación de productos "limpios", beneficiosos para la salud, reciclables y con un importante contenido de materias orgánicas. (Contínua, 2022).

Tomando en cuenta las preferencias de los consumidores y velando por el bienestar ambiental, las empresas pueden implementar un sistema de gestión ambiental estableciendo controles y proponiendo soluciones para intentar reducir el impacto ocasionado, un punto importante para esta estrategia consiste que tanto de manera interna (consumidores) como externa (Empleados) conozcan las nuevas políticas ambientales propuestas por la empresa.

Algunas acciones comunes de las empresas en pro del medio ambiente que observamos serían las campañas verdes, reciclaje, mejoramiento en los procesos de diseño de nuevos productos, uso eficiente de energía, utilizar materiales biodegradables, y más; la mayoría de estas acciones se comienzan de manera interna con el apoyo del personal, pero se debe recordar que uno de los objetivos principales de dichas acciones ecológicas es concientizar a la sociedad el cuidado ambiental lo que nos lleva a realizar acciones de una manera externa, en este caso a los consumidores. (Consumo, 2020)

Actualmente con los avances tecnológicos una de la herramienta que más se utiliza por parte de las organizaciones sería los medios de comunicación, dado que estos nos incentivan a seguir con el consumismo, porque a diario se están creando miles de productos novedosos y este hace que nuestra mente piense en seguir comprando, gracias a las grandes publicidades y el poco conocimiento sobre el tema, los medios de comunicación al ser medios masivos tienen mayor alcance provocando que un artículo con información ambiental le llegue a miles de personas.

Importancia de la cultura ambiental en las empresas

La empresa y el medio ambiente representan dos sujetos que, de manera necesaria, deberán interactuar en tiempo presente para lograr una relación beneficiosa en el futuro de ambas. Con el paso del tiempo todos contribuimos, de cierta forma, en la contaminación del ambiente. La importancia de que las empresas tengan responsabilidad ambiental y un programa de acciones muy enfocadas en el cuidado de los ecosistemas. (Importancia, 2018)

Directa o indirectamente las diferentes industrias han contribuido en la contaminación del ambiente, de ahí la importancia y necesidad de que cada empresa tenga muy en claro cuáles son sus actividades, y ponga en marcha medidas para favorecer el estado actual del medio ambiente e incluso restaurar la salud de este. A lo anterior también se le conoce como Responsabilidad Social Empresarial para crear una conciencia ecológica.

Una forma efectiva de poner en práctica este tipo de estrategias corporativas que permiten la conservación, preservación y cuidado del ambiente, radica en analizar las condiciones del entorno en el cual se localiza la empresa. Ya que se tiene todo el conocimiento de los ámbitos anteriores, se evalúan las fortalezas y debilidades de los actores que participan en las acciones de contaminación, de esa forma se cuenta con todos los aspectos necesarios para diseñar un plan que en verdad minimice el impacto ambiental. (ambiental, 2020)

En una empresa y sus productos son amigables con el medio ambiente, se genera un impacto positivo en los consumidores y captar la atención de clientes potenciales. Además, la marca podrá ser reconocida no solo por factores de calidad y precio, sino también por su sostenibilidad.

La empresa y el medio ambiente se relacionan de manera clara, en tanto en cuanto los clientes susceptibles de comprar el producto y/o contratar los servicios ofertados por nuestra corporación viven en el mismo espacio que nuestra entidad, ejerciendo importantes presiones sobre las empresas para que actúen al respecto. (Consultores, 2020)

Empresas que contribuyen a la cultura ambiental



Una de las empresas que ayudan al medio ambiente más comprometidas, sin duda es Grupo Bimbo. Cuyo compromiso se centra en cuatro ejes clave: huella de carbono, huella de agua, manejo de residuos y capital natural. Y reafirma su compromiso con el planeta, a través de acciones sustentables en favor del Medio Ambiente. (Empresas, 2020)



Pese a que el contexto mundial de los últimos meses la llevó a redirigir los esfuerzos, la empresa sostiene su compromiso con el medio ambiente y ha continuado implementando las iniciativas planteadas en el plan de eliminación de plásticos, que comenzó hace más de dos años. (Ecologicas, 2020)



Nestlé es una compañía que continuamente desarrolla soluciones y tecnologías que pretenden reducir el impacto al medio ambiente, y al mismo tiempo generar beneficios para las comunidades donde opera.

En los últimos años la marca ha invertido más de 470 millones de pesos para reducir el impacto ambiental de las operaciones de Nestlé. Aunado a esto, el 98% de los empaques de todos los productos de Nestlé ya son reciclables. (Agroempresas, 2020)



Sus metas apuntan a minimizar impactos ambientales y a mejorar la salud y seguridad de los empleados, en todas sus operaciones y procesos. Al mismo tiempo, la compañía comparte estas políticas, herramientas y mejores prácticas con sus socios embotelladores de bebidas.



Walmart es la empresa de autoservicio líder en consumo de energía renovable. Su compromiso es que sus tiendas y centros de distribución se suministraran al 100% de energía renovable, con el propósito de mitigar los efectos del cambio climático; por lo que continúa buscando opciones de suministro que la acerquen a esta meta. Hoy, el 88% de sus tiendas son abastecidas con energía renovable. (exitosas, 2020)

Justificación

En la última década se observa con gran preocupación por los problemas ambientales que presenta el planeta por los procesos de producción que generan el mismo consumo, es así como se hace necesario recurrir a términos como: desarrollo sustentable, responsabilidad social y calidad de vida, en respuesta a esa necesidad de minimizar estos problemas, sin dañar el entorno natural y así mismo se busca fortalecer el conocimiento que actualmente se tiene con la finalidad de encontrar aquellas variables que estén relacionadas con el interés de los consumidores al adquirir productos que impacten en mayor medida al cuidado del medio ambiente, por ello, es indispensable que las empresas posean mayores actos de conciencia para estimular el desarrollo de los productos ecológicos.

Objetivos

Objetivo General

- Evaluación de la percepción de los consumidores sobre el rol de las empresas en pro del medio ambiente.

Objetivos Específicos.

- Identificar las actividades que realizan las empresas en pro del medio ambiente.
- Evaluar la percepción de la población sobre la labor de las empresas en pro del medio ambiente.
- Identificar la demanda de productos que contribuyen en pro del medio ambiente.
- Evaluar los canales de comunicación que las empresas utilizan para incentivar el cuidado del medio ambiente.

Matriz de Congruencia

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos
<p>Percepción de los Consumidores Sobre el Rol de las Empresas en Pro del Medio Ambiente</p>	<p>El impacto de los procesos industriales en el medio ambiente, con el paso del tiempo va dejando su marca en el territorio que habita, sin embargo, se ha potenciado desde la expansión de los procesos industriales. El cuidado del medio ambiente por parte de las empresas en la actualidad se ha convertido en un tema importante ya que se debe analizar cada factor tanto como las empresas y las personas debemos contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente, es importante destacar que a la hora de elaborar un producto surgen interrogantes de cómo un producto se puede desechar fácilmente después de ser utilizado y el funcionamiento de manera eficaz ya que las empresas son responsables en poner a la venta productos desechables o que no sean productos duraderos y esto hace concientizar a las personas que las empresas no están dejando atrás el tema del medio ambiente. (Ecofiltro, 2021)</p>	<p>Objetivo General Evaluación de la percepción de los consumidores sobre el rol de las empresas en pro del medio ambiente.</p> <p>Objetivos Específicos Identificar las actividades que realizan las empresas en pro del medio ambiente.</p> <p>Evaluar la percepción de la población sobre la labor de las empresas en pro del medio ambiente.</p> <p>Identificar la demanda de productos que contribuyen en pro del medio ambiente.</p> <p>Evaluar los canales de comunicación que las empresas utilizan para Incentivar el cuidado del medio ambiente.</p>	<p>Ambiente: conjunto de elementos naturales donde el ser humano se desenvuelve. Cultura Ambiental: esfuerzo disciplinario que intenta comprender la dinámica social de la interacción de cultura y medio natural Percepción: imagen mental que se forma con ayuda de experiencia y necesidades. Consumidores: persona que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el producto. Empresas: agente que organiza con eficiencia los factores económicos para producir bienes y servicios. Responsabilidad ambiental: cuidar el medio ambiente para mejorar el mundo Productos: todo que está a disposición en el mercado para ser adquirido por cualquier usuario</p>	<p>Percepción de los consumidores: ambiente, productos, empresas estrategias de campañas, tipos de productos amigables con el medio ambiente.</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos

Método

Se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva y bibliográfica que permite detallar situaciones o eventos, es decir, como es y como se manifiesta determinando fenómenos y busca propiedades, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se sometido análisis. Se seleccionaron personas económicas activas (PEA) que residan en El Salvador entre de las edades de 18 o más de 46 años.

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta digital el cual buscaba determinar una serie de preguntas para poder saber cuál es la percepción de los consumidores sobre el rol de las empresas en pro del medio ambiente https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdjYzVHi4znXUY-paAX1uEcaAFgIfoN1kJC_AHZP80F Se abarco a 384 personas de formal general para saber su perspectiva como consumidores ante el rol que están cumpliendo las empresas en pro del medio ambiente. Se planteó para la determinación de la muestra, el uso de la fórmula para poblaciones infinitas, considerando un Nivel de Confianza del 96%, Margen de error del 5%, probabilidad de éxito y fracaso de 50% en ambos casos.

Los datos fueron almacenados en una base de datos de la plataforma de Google Forms. El cuál se realizaron tablas de frecuencia con gráficas para estipular los porcentajes de información válida y los datos que no eran representativos. Con la obtención de esta información, damos a conocer a la población cuales son las actividades y estrategias que las empresas están implementando para cuidar el medio ambiente.

Conclusiones y trabajos futuros

El tema ambiental ha experimentado una enorme evolución en las últimas décadas, con transformaciones de las demandas de la sociedad sobre la industria, que afectan su desempeño y competitividad, acarreado consecuencias para el comercio, la presión de los consumidores ha hecho surgir un "mercado verde", convirtiendo la preocupación sobre el medio ambiente en un factor de competitividad estratégico para las empresas.

Mientras las empresas implementan la utilización de recursos ecológicos evitando así los desperdicios obtendrá un mejor rendimiento ya hemos observado que las empresas implementan categorías de productos para satisfacer las necesidades de los consumidores y apoyando para el bienestar del medio ambiente. Por eso como consumidores primordiales debemos concientizarnos y cuidar el medio ambiente que nos rodea en el cual nos desarrollamos y por eso debemos valorar la importancia que toman las empresas en dañar lo menos posible tomando las medidas de precaución adecuadas.

Ante esta situación es importante el rol que están tomando las empresas para desempeñar actividades ecológicas que nos ayudan a ser partícipe del cuidado del medio ambiente, y nosotros como consumidores jugamos un papel importante en la promoción de una verdadera responsabilidad ambiental de las empresas, porque tenemos el derecho de conocer sus prácticas ambientales y a difundir esta información entre el resto de la población. Además, podemos elegir los productos y servicios que respeten el medio ambiente y a rechazar aquellos que no lo hacen; de esta manera, ejercen su responsabilidad como consumidores.

Agradecimientos

Este proyecto fue posible gracias al apoyo de nuestro de la Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer (USAM) y en particular a la respetable Señora Rectora Doctora Daysi Carolina Marquina de Gómez por brindar la oportunidad a la investigación, y a nuestro docente Lic. Elmer Alexander Mozo de la catedra de investigación de mercado

Atentamente:

Karla Ramirez, Fátima Yaneth, Fátima Monterrosa, María Cornejo e Jennifer Marroquín.

Bibliografía

- Ceupe. (22.00.00). *El impacto de los procesos industriales en el medio ambiente*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/impacto-procesos-industriales-medio-ambiente.html>
- Consultores, C. (22.00.00). *La empresa y el medio ambiente*. Obtenido de <https://ctmaconsultores.com/la-empresa-y-el-medio-ambiente/>
- consumidor, E. p. (22.00.00). *Responsabilidad ambiental*. Obtenido de <https://elpoderdelconsumidor.org/responsabilidad-empresarial-con-el-ambiente/>
- Continúa, F. I. (09 de mayo de 2022). *Barcelona School of management*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2022, de <https://www.bsm.upf.edu/es/noticias/consumidor-productos-ecologicos#gs.dkobt3>
- Jumiber. (1982). *La importancia del medio ambiente en las empresas*. Obtenido de <https://www.lumiber.com/medio-ambiente-en-las-empresas/>
- pais, E. (22.00.00). *Las empresas y su responsabilidad ante el medio ambiente*. Obtenido de https://elpais.com/diario/1990/11/20/economia/659055625_850215.html
- Verde, E. (22.00.00). *Como afecta el consumo al medio ambiente*. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/como-afecta-el-consumismo-al-medio-ambiente-2755.html#:~:text=En%20definitiva%2C%20el%20consumismo%20provoca,una%20grave%20p%C3%A9rdida%20de%20biodiversidad.>