

# Compromiso ambiental de las empresas exportadoras localizadas en las Regiones de Chile

## *Environmental commitment of the exporters companies located in the Regions of Chile*

Miguel Bustamante<sup>1</sup>, Evelyn López<sup>2</sup>, Patricia Villarreal<sup>3</sup>

**RESUMEN:** La presente investigación determina el grado de compromiso ambiental de las empresas exportadoras localizadas en las regiones de Chile. El instrumento utilizado para la recopilación de datos fue un cuestionario facilitado por la Fundación Entorno de España y autorizado para su uso. Fue aplicado en forma presencial a una muestra de 92 empresas elegidas aleatoriamente. Las empresas reconocen que su principal impacto sobre el entorno es el consumo de energía, agua y materias primas además de verter residuos, en tanto que, la contaminación de suelo y afecciones a los ecosistemas y paisajes son los que se consideran menos impactados por las actividades empresariales.

**Palabras clave:** Medio ambiente, compromiso ambiental, exportación y medio ambiente.

**ABSTRACT:** The present research study determines the degree of commitment to the environment of the export companies located in the regions of Chile. The instrument used for data collection was a questionnaire facilitated and authorized to its use by the Fundación Entorno of Spain. It was applied in person to a random sample of 92 companies. The companies recognize that their main impact on the environment is the consumption of energy, water and raw materials in addition to the pouring of residuals, and on the other hand, the soil contamination and effects on the ecosystems and landscapes are those that are considered with less impact by the industrial activities.

**Keywords:** *Environment, environmental commitment, export.*

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto, España. Profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de Talca, Casila 721, Talca, Chile. E-Mail: [mabu@utalca.cl](mailto:mabu@utalca.cl)

<sup>2</sup> Ingeniero Comercial, Universidad de Talca.

<sup>3</sup> Ingeniero Comercial, Universidad de Talca.

## INTRODUCCIÓN

La ética hace referencia a lo que se realiza en forma correcta, dice relación con actos y decisiones así como con los efectos que estos pueden tener sobre sí mismo y sobre terceros. Además, se afirma como ético lo que los gerentes hacen o deberían hacer en torno a la gestión de las organizaciones (Cortina, 2000). Desde una perspectiva más bien prosaica, la ética en los negocios es el resultado de un desempeño estratégico (Mintzberg y Quinn, 1993) de responsabilidad empresarial y de contribución a sociedad (Bueno y Lizcano, 1999) así como a la preservación del medio ambiente (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

En lo concreto, a más de una década de aprobarse en Chile la Ley 19.300 sobre Bases Generales del Medio Ambiente, los grupos de variables mayormente enfrentadas por las empresas en relación con la gestión ambiental son “*Normas y Reglamentos Técnicos*”, “*Políticas de Importación*” y “*Defensa Comercial*”, concentrando el 83% (Ministerio de Economía, 2004) de las medidas detectadas que restringen el comercio y cuyos efectos son reconocibles en el proceso de internacionalización de las empresas (Ministerio de Economía, 2004; Borregard, 2000).

En Chile, se han promulgado distintas normativas y regulaciones ambientales, en 1997 se aprobó la política de fomento a la producción limpia, en 1998 se dictó la denominada *norma 609*, en junio de 2004 se publicó el Reglamento Sanitario y se dictó el *Decreto supremo 42*. Por otra parte, también se han suscrito acuerdos internacionales como la declaración de Calafete, celebrada en Buenos Aires en agosto de 2003, entre Argentina y Chile, a las cuales las empresas chilenas han debido adaptarse.

Es por ello que el presente trabajo evalúa el grado de compromiso ambiental de las empresas exportadoras localizadas en las regiones de Chile, para lo cual fue necesario analizar si las empresas reconocen la influencia de su actividad en el medio ambiente además de determinar la percepción que poseen respecto de sus grupos de interés e identificar el estado en

que se encuentra el sistema de gestión ambiental en dichas organizaciones.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio es descriptivo y de corte transversal determinando algunas relaciones entre las variables medioambientales (Hernández. *et al.*, 2003). Se accedió a información secundaria de organismos tales como Corporación Nacional Forestal, CONAF, Comisión Nacional del Ambiente, CONAMA, Servicio Agrícola y Ganadero, SAG, Ministerio de Agricultura, MINAGRI, Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, PNUMA Chile y organismos de investigación tales como Fondo nacional de Fomento, FONDEF, Fondo nacional de Investigación y Tecnología, FONDECYT y Comisión Interamericana para el Medio Ambiente, CIPMA. La información primaria se obtuvo de entrevistas en profundidad a personal clave de las empresas exportadoras de la Región del Maule y de instituciones gubernamentales.

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario facilitado por la Fundación Entorno de España (Entorno, 2003), autorizado para su uso, y fue aplicado en forma presencial. Dicho cuestionario constó de cinco ítems tales como datos generales de la empresa, percepción sobre los problemas ambientales en la empresa y sector de actividad, gestión medioambiental, gastos en medio ambiente e inversiones. Las preguntas fueron nominales y una sección con preguntas en escala Likert de seis puntos (Kinneer y Taylor, 1998).

Se definió como elemento de la muestra a las empresas exportadoras cuyas casas matrices estuviesen localizadas en las regiones de Chile y el tiempo de levantamiento de datos fue entre los meses de abril y mayo del año 2007.

La población de empresas exportadoras fue determinada en 121 organizaciones registradas en el directorio exportador de PROCHILE a diciembre de 2006, a la cual se tuvo acceso por medio de Internet, contacto telefónico y personal, así como a través de la dirección regional de la entidad. Se aplicó el método de muestreo aleatorio simple alcanzando una muestra final fue de 92

empresas. La tasa de respuesta en las distintas regiones fluctuó entre un 33,3% y 60%.

Se obtuvo un alfa de Cronbach (Cronbach, 1982) final de un 0,796 %, con lo que se asegura la confiabilidad del estudio. El análisis estadístico contempló una auditoría a la encuestas y se utilizó el programa SPSS 13.0 para el análisis de los datos.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Respecto de la percepción que la empresa posee sobre los componentes de la Responsabilidad Social, se puede observar (Figura 1) que las empresas exportadoras consideran más importante su influencia sobre el aspecto económico y social que sobre el medio ambiente. Es por ello que enfocan la responsabilidad sobre el uso de productos y servicios, sobre la seguridad e higiene en el trabajo y la rentabilidad de la actividad como los aspectos más relevantes.

En relación con los efectos económicos por

En lo ambiental (Figura 2) aparecen como relevantes el consumo de energía, agua y materias primas junto con la gestión de residuos y vertidos, formando parte de los principales impactos que las empresas reconocen generar sobre el entorno. La contaminación de suelo y afecciones a los ecosistemas y paisajes son los que estiman menos impactados por las actividades empresariales.

Desde la perspectiva sectorial, las empresas que consideran el impacto ambiental de sus actividades como muy importantes son las del sector forestal, destacando con un 75% las empresas que considera que el consumo de agua y materias primas es el de mayor impacto sobre el medio ambiente, además, un 25% reconoció que las emisiones atmosféricas eran también muy importantes.

Con respecto a los vertidos y residuos, el 50% reconoce que son muy importantes, además la industria forestal reconoce que en el lugar donde se realizan sus actividades de terreno se afecta al ecosistema y el paisaje.

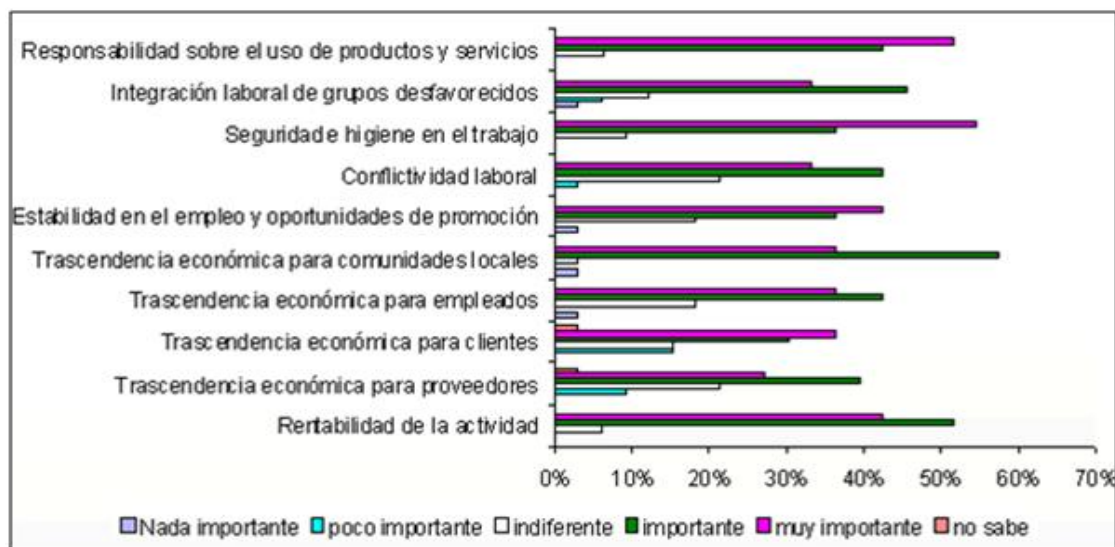


FIGURA 1. Importancia de los aspectos sociales y económicos

sector de actividad, la contribución que realizan las empresas del sector agrícola es considerada la más relevante en relación con los clientes y con el nivel agregado de rentabilidad alcanzando un 42.4% de mayor valoración, le siguen, levemente por debajo de 40% la repercusión económica para los empleados y para las comunidades locales donde están insertas.

Los demás sectores consideran que el impacto ambiental, a nivel agregado de sus actividades, no es relevante exceptuando al vitivinícola, que con un 75% considera importante el consumo de agua y materias primas de la Región del Maule. Al analizar la importancia de los factores sociales por sector de actividad, se verifica que en el sector vitivinícola se otorga mayor relevancia

a la estabilidad en el empleo y a las oportunidades de promoción y que, sin embargo, con relación a la conflictividad laboral, este mismo sector es el que más se intranquiliza alcanzando un 62.5%.

La responsabilidad sobre el uso de productos y servicios es percibida como una de las más relevantes por parte de las empresas

capitales de provincia el 57.1% de las empresas cree que sus consumidores consideran que no impactan el medio ambiente lo mismo sucede con los clientes ya que un 42.9% lo considera poco impactante y el 57.1% indiferente, en cambio respecto de la percepción de los empleados de las empresas localizadas en pequeñas ciudades, sólo un 10% considera que no es

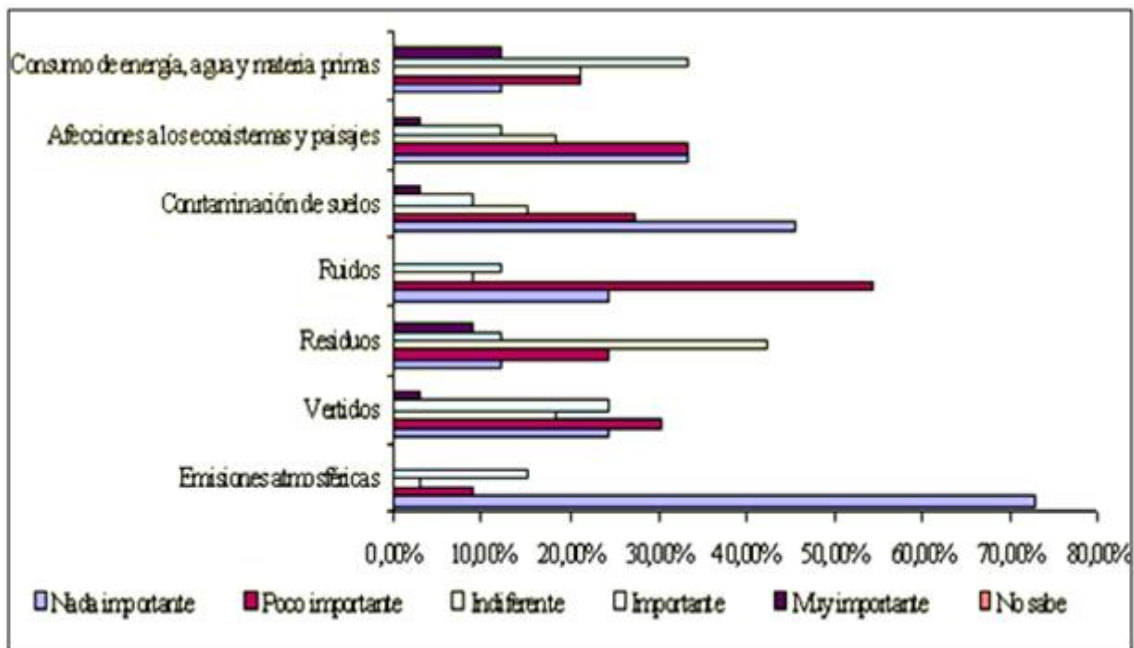


FIGURA 2. Importancia de los aspectos ambientales en las empresas exportadoras

vitivinícolas y forestales, por último, seguridad e higiene es trascendental para las empresas del sector agroindustrial en aproximadamente 63.6% y para el sector agrícola en 60%. A nivel agregado la seguridad e higiene en el trabajo con un 54.5% es considerada muy importante, la responsabilidad sobre el uso de productos y servicios alcanza 51.5%, estabilidad en el empleo 42.4% y conflictividad laboral 33.3%.

Respecto de cómo las empresas son vistas por sus grupos de interés, el 50% considera que los clientes, consumidores y empleados estiman que la actividad de los sectores es poco impactante hacia al medio ambiente. En general, según las propias empresas, son los clientes quienes tienen una mejor percepción sobre las actividades que estas realizan.

En el análisis por ciudad existen diferencias en la imagen que creen proyectar las empresas a sus grupos de interés. En las

agresiva con el medioambiente.

En general se observa (Figura 3) que la percepción que poseen las empresas respecto a su imagen económica y social entre sus partes interesadas es buena, en el sector consumidor alcanza un 57.5%, en el sector clientes con un 66.7% y el sector empleados con un 84.9%.

Respecto de la capacitación y formación ambiental, se observa que esta es considerada medianamente relevante en todos los sectores (Figura 4). Además, se afirma que en las empresas regionales los equipos técnicos son los que poseen una mejor formación medioambiental y que los mandos intermedios poseen un nivel bajo de formación con un 36.4%, esto puede deberse a que son los equipos técnicos quienes desarrollan las labores más específicas dentro de las empresas.

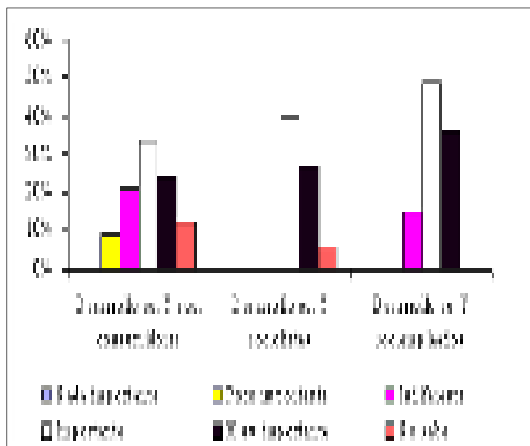


FIGURA 3. Percepción de la imagen económica y social de las partes interesadas

En las ciudades capitales provinciales, el nivel de formación ambiental de ejecutivos de la alta dirección es considerada de nivel medio en un 60%, en los mandos intermedios se considera que la formación ambiental en sus profesionales es deficitaria en un 45.5%. En tanto que, en las empresas de las ciudades pequeñas, se considera que la formación es media y similar en todos los niveles. Lo mismo sucede en función del número de trabajadores exceptuando las grandes empresas que consideran que su formación ambiental es baja.

Con relación a la capacitación y formación profesional (Figura 5), las empresas consideran que la alta dirección tiene una formación baja al igual que los mandos intermedios, en cambio los equipos técnicos poseen un nivel de formación media, producto de ser ellos quienes deben realizar los trabajos específicos en las diversas áreas.

Respecto de las responsabilidades ambientales, un 69.7% de las empresas tiene una función específica de responsabilidad del medio ambiente, de las cuales sólo un 24.2% es a tiempo completo, un 45.5% parcial y un 30.3% de las empresa no la presenta, esto se puede atribuir al escaso tiempo que muchas de estas empresas llevan en los mercados internacionales. Del mismo modo se puede observar la tendencia de que a mayor número de empleados más empresas poseen un responsable de medio ambiente a tiempo completo.

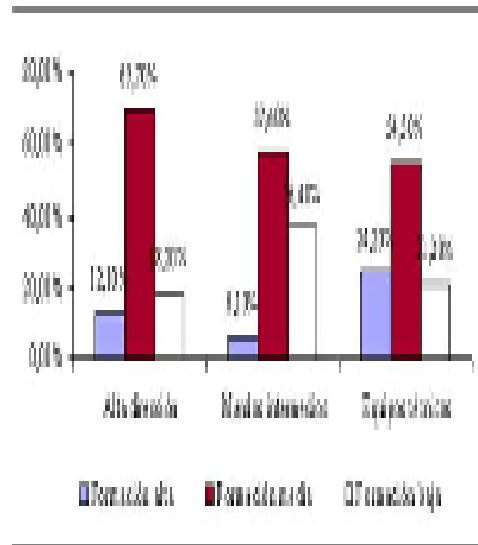


FIGURA 4. Formación y capacitación medioambiental en las empresas exportadoras

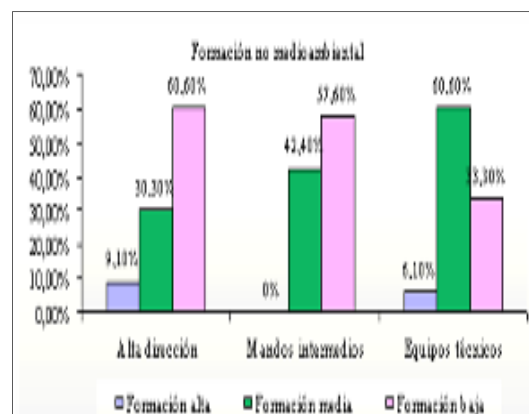


FIGURA 5. Capacitación y formación profesional en las empresas exportadoras

Producto del compromiso de las empresas con el medio ambiente se verifica que un 54.5% de ellas poseen o van a implementar algún sistema de gestión ambiental (ISO 14000) en el corto plazo y que, de estas empresas, el 100% de las pequeñas no lo tiene pronosticado en el corto plazo. En la mediana empresa disminuye a 78.6% el porcentaje de empresas que no lo tiene previsto en el corto plazo, en tanto que en la mediana y gran empresa esta no previsión de corto plazo llega a 11% y 22% respectivamente.

Del análisis por sectores, quienes lideran la eventual implementación de un Sistema de Gestión Ambiental son el forestal, agroindustrial y vitivinícola, todos ellos superan el 50% de ejecución prevista a final de año. El sector más lento en este sentido es el agrícola donde un 80% de sus empresas no lo tienen considerado. Por ciudades, las que lideran son las capitales provinciales con un 73.3% de realización en menos de un año, las empresas localizadas en capitales regionales y pequeñas, un 71.4% y 66.7% respectivamente no tienen considerado aún la incorporación de un sistema de gestión ambiental.

## CONCLUSIONES

El nivel de compromiso ambiental de las empresas exportadoras localizadas en las regiones de Chile se evidencia de diversas maneras y en distintos grados. En general, consideran más importante su influencia sobre el aspecto económico y social que la que pueden ocasionar sobre el ambiental, destacando que la responsabilidad sobre el uso de productos y servicios junto con la seguridad e higiene en el trabajo y la rentabilidad de la actividad, conforman sus aspectos más relevantes.

La percepción que tienen los consumidores es que los sectores que más contribuyen al medio ambiente son el vitivinícola, agrícola y forestal. Por otra parte, los clientes estiman que el sector forestal y el agrícola contribuyen en mayor medida al desarrollo de la región en tanto que, los empleados consideran que todos los sectores aportan al desarrollo económico y social.

El consumo de energía, agua y materias primas junto con los residuos y vertidos forman parte del principal impacto que las empresas reconocen generar al entorno, la contaminación de suelo y afecciones a los ecosistemas y paisajes los que señalan como menos impactados por las actividades empresariales.

Con relación a la eventual agresión sobre el medio ambiente, a nivel agregado, el sector forestal considera, en un 75%, que el impacto ambiental provocado por sus empresas sobre el consumo de agua y materias primas es muy importante, de igual forma con respecto

a los vertidos y residuos, el 50% consideran que son muy importantes. El resto de sectores considera que el impacto ambiental a nivel agregado de sus actividades no es relevante.

En relación con los factores económicos por sector de actividad, la contribución que realizan las empresas del sector agrícola es una de las más relevantes en relación con la trascendencia económica que tiene para los clientes. A nivel agregado, la rentabilidad de la actividad alcanza un 42.4% como el factor que obtiene la mayor valoración por parte de las empresas, le sigue la repercusión económica para los empleados y comunidades locales donde se insertan.

Con relación a los factores sociales, seguridad e higiene, se determinó que son reconocidos por el 63.6% del sector agroindustrial y por un 60% del sector agrícola como trascendentales. A nivel agregado, fueron considerados muy importante la seguridad e higiene en el trabajo en un 54.5%, la responsabilidad sobre el uso de productos y servicios en 51.5%, estabilidad en el empleo 42.4% y conflictividad laboral 33.3%.

En lo económico y social, las empresas perciben que los consumidores valoran la contribución de los sectores vitivinícola, agrícola y forestal. Los clientes valoran la contribución de los sectores forestal y agrícola en el desarrollo de las regiones y que los empleados consideran que todos los sectores aportan al desarrollo económico y social.

En lo que a capacitación y formación ambiental se refiere, ésta es reconocida como de nivel medio en todos los sectores y que los equipos técnicos son quienes poseen una mejor formación medioambiental, en tanto que los mandos intermedios poseen una formación calificada como baja.

Con relación a la capacitación y formación profesional, se estima que la alta dirección tiene una formación baja al igual que los mandos intermedios, en cambio que los equipos técnicos poseen un nivel de formación media, lo que se puede explicar por el hecho de que son estos niveles los que deben realizar los trabajos específicos en las diversas áreas de la empresa.

Finalmente, con relación a las responsabilidades ambientales, un 69.7% de las empresas tienen una unidad específica encargada del medio ambiente, sin embargo, de éstas, sólo un 24.2% es a tiempo completo, un 45.5% parcial y un 0.3% de las empresas no tiene unidad alguna destinada a esta función, lo que puede ser atribuido, en parte, al poco tiempo que las empresas chilenas llevan asimilando las restricciones ambientales derivadas de los mercados internacionales.

Mintzberg, A. y Quinn, B. 1993. El proceso estratégico: Conceptos, Contextos y Casos. PAIS: Prentice

## REFERENCIAS

Borregard, N. y Leal, J. 2000. Desafíos y propuestas para una implementación más efectiva de instrumentos económicos en la gestión ambiental de América latina y el Caribe el caso chileno. CEPAL. 48 Pág.

Bueno, C. y Lizcano, A. 1999. Formación de la estrategia empresarial: Un análisis de las dinámicas del proceso estratégico.

Comisión de las Comunidades Europeas. 2001. Libro Verde, "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa". Bruselas. 35Pág.

Cortina, A. 2000. Ética de la empresa. Madrid: Trotta. Quinta edición.

Crombach, L. 1982. Designing evaluation of educational and social program. San Francisco: Jossey Bass.

Entorno 2003. Informe de la gestión ambiental en la empresa española. Avances hacia la sostenibilidad. Fundación Entorno. España, 204 Pág.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. 2003. Metodología de la Investigación. Bogotá: M<sup>c</sup> Graw Hill. Tercera edición.

Kinnear, T. y Taylor, J. 1998. Investigación de mercados un enfoque aplicado. Santa Fe Bogotá : M<sup>c</sup> Graw Hill. Cuarta edición.

Ministerio de Economía. 2004. Quinto Catastro Nacional Sobre Barreras Externas Al Comercio. Departamento de Comercio exterior. Obtenido el 23 de Marzo de 2005, desde <http://www.economia.cl/economiafinal.nsf/0/D300D9644FAB773304256F7F0059E49A?OpenDocument&3.1&sem>.