

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/279497098>

Percepciones medioambientales del sector empresarial en el Ecuador

Article in *Observatorio Medioambiental* · January 2011

DOI: 10.5209/rev_OBMD.2011.v14.37303

CITATIONS

3

READS

181

2 authors, including:



Javier de Esteban Curiel

King Juan Carlos University

59 PUBLICATIONS 457 CITATIONS

SEE PROFILE

Percepciones ambientales del sector empresarial en el Ecuador

Kléver MORENO GAVILANES

Universidad Técnica de ambato (ecuador)

Javier De eSTeBaN CURIEL

Universidad rey Juan Carlos (españa)

recibido: 5 de Septiembre de 2011

enviado a evaluar: 6 de Septiembre de 2011

aceptado: 5 de Octubre de 2011

RESUMEN

a partir de fuentes secundarias y de una encuesta opinática de 500 personas, este artículo pretende dimensionar la percepción por parte de la población local de los impactos ambientales de las empresas en el Ecuador. De este modo, los resultados indican que el nivel de concientización de los ecuatorianos ante el problema de la contaminación ambiental es muy alto, con 9 de cada 10 personas sensibilizadas por el tema ambiental, y a la vez conscientes de que se debe hacer algo para minimizar los impactos negativos ambientales, si bien muy pocas están tomando medidas de remediación.

Palabras clave: Concienciación ambiental, Percepciones, Ecuador.

environmental perceptions of the business sector in Ecuador

ABSTRACT

From secondary sources and one opinion survey of 500 subjects, this article aims to gauge the perception of the local residents regarding the environmental impacts of companies in Ecuador. Thus, the results indicate that the level of awareness of Ecuadorians to the problem of environmental pollution is very high, with 9 of 10 persons environmentally-conscious, and also aware that something must be done to minimize negative environmental impacts, although very few are taking remedial measures.

Keywords: environmental awareness, Perceptions, Ecuador.

Perceptions environnementales du secteur d'affaires en Équateur

RESUMÉ

À partir de sources secondaires et une enquête d'opinion sur 500 personnes, cet article vise à évaluer la perception de la population locale de l'impact environnemental des entreprises en Équateur. Àinsi, les résultats

indiquent que le niveau de sensibilisation des e quatoriens au problème de la pollution de l'environnement est très élevé, avec 9 des 10 personnes sensibilisées par les questions environnementales, tout en étant conscient que quelque chose doit être fait pour minimiser les impacts environnementaux négatifs, bien que très peu prennent des mesures correctives.

Mots clé: Sensibilisation à l'environnement, Perceptions, l'équateur.

1. INTRODUCCIÓN

la contaminación ambiental en la actualidad es uno de los temas más importantes, la preocupación de la sociedad por preservar el medio ambiente es cada vez mayor, así se pudo observar en una investigación realizada en el 2011, donde más del 94% de encuestados conocen acerca de la contaminación ambiental y sus efectos en el entorno, debido a que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas y la sociedad en su conjunto.

el medio ambiente comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras. es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida, sino que también abarca seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos.

el medio ambiente ha sufrido muchos cambios a lo largo del tiempo principalmente por la acción humana y por el sector empresarial. Sin embargo la mayoría de estos cambios han sido negativos y han traído consigo considerables deterioros para el ambiente al incrementarse los índices de contaminación, así lo afirman el 89% de las 600 personas encuestadas acerca de este tema.

Mientras las poblaciones humanas siguieron siendo pequeñas y su tecnología modesta, su impacto sobre el medio ambiente fue solamente local. No obstante, al ir creciendo la población y mejorando y aumentando la tecnología, aparecieron problemas más significativos y generalizados.

a inicios de la década del setenta, con relación a la situación ambiental, el aumento de la población mundial, además de los derrames de petróleo en los océanos y de las emisiones de dióxido de carbono, constituían las principales amenazas al bienestar del hombre. al inicio de la década siguiente la percepción de los problemas se amplía, ya se discutía el efecto invernadero, la contaminación de los océanos, la deforestación, la pérdida de la biodiversidad y la lluvia ácida.

a finales de la misma década, otros factores eran incorporados como amenazas no solo para el hombre, sino también para el Planeta. entre ellos se destacaban: el agravamiento de los cambios climáticos globales, la reducción de la capa de ozono asociada a los CFC's, los residuos tóxicos, la pérdida de hábitats, la contaminación de las aguas superficiales y subterráneas, la disponibilidad de agua dulce, la intensificación de la degradación ambiental de los países en desarrollo, el desperdicio de energía, las pérdidas de suelo y la desertificación, la marginalización.

el apresurado progreso tecnológico desatado tras la edad media culminó en la revolución Industrial, que trajo consigo el descubrimiento, uso y explotación de los combustibles fósiles, así como la explotación intensiva de los recursos minerales de la Tierra. Fue con la revolución Industrial cuando se incremento aceleradamente la contaminación y los seres humanos empezaron realmente a cambiar la faz del planeta, la naturaleza de su atmósfera y la calidad de su agua.

es así que el sector empresarial, como parte del proceso productivo, adquiere un protagonismo activo a la hora de hablar de las acciones ambientales, en este marco es necesario que los gestores empresariales cuenten con una serie de técnicas precisas que les permitan determinar tanto el valor de los impactos resultados de su actividad comercial, como los costes que tendrían que asumir para eludir tales impactos o, al menos, reducirlos a la expresión mínima que la tecnología existente permita.

De acuerdo a los datos recopilados en una encuesta aplicada en dos de las principales ciudades del país (Quito y ambato) se pudo comprobar que más del 98% del total de encuestados desean que las empresas del país se responsabilicen por proteger el medio ambiente, evitando impactos negativos en todos sus procesos, desde el momento de producción hasta el momento en que las personas lo consumen.

2. IMPACTO AMBIENTAL Y EL SECTOR EMPRESARIAL

el medio ambiente es el factor más importante para el desarrollo de toda actividad, según Boland (2001) “Se lo puede definir como la totalidad de los elementos sociales, tecnológicos, biológicos, físicos y químicos que componen los entornos del hombre.

el ambiente físico es el que proporciona los recursos necesarios para la supervivencia del hombre. Todas las empresas trabajan dentro del ambiente y reaccionan a él. el ambiente provee los recursos para la vida y la producción (alimentos, energía, aire, agua, materiales, tierra); también proporciona el Sumidero o lugar de eliminación de los productos de desecho”

el crecimiento exagerado de la población mundial y la explotación cada vez mayor de los recursos naturales presionan cada vez más al medio ambiente ya que los recursos no son limitados. Debido a esto, las medidas de protección deben procurar conservar los recursos y evitar la degradación ambiental.

Boland (2001) menciona los siguientes recursos del medio ambiente:

- Tangibles: corrientes de aire, agua, minerales, combustibles, alimentos, materiales.
- Intangibles: ciclo de los nutrientes, regulación del clima, eliminación, dispersión, almacenamiento y deterioración de residuos o desperdicios.
- e stéticos: características pintorescas, recreativas y otras características agradables.

Como efecto de la mala administración de los recursos utilizados para la producción por las empresas y el consumismo de la sociedad en general se provocan los desechos.

a sí también para Boland (2001), “el desperdicio generado por una empresa es un resultado agregado de múltiples factores que afectan el desarrollo del sistema de producción.

el desperdicio incluye insumos no utilizados y productos no desechados. el desperdicio como producto no deseado de un proceso de conversión es el resultado del uso ineficiente de mano de obra, material y maquinaria; es un indicador de la utilización no productiva de recursos para el logro de los objetivos de la organización. el desperdicio excesivo lleva a un rendimiento económico pobre, a la contaminación y al deterioro del medio ambiente físico”

el continuo incremento de la preocupación por disminuir la contaminación ambiental por parte de los consumidores a incidido en que las empresas empiecen a cambiar su forma de producción, así lo afirma rodríguez (2000) “el consumidor es cada vez más consciente de que una utilización abusiva de la energía y materias primas no renovables, junto con una paulatina degradación del medio ambiente puede acarrear consecuencias irreversibles para nuestro planeta.

la frase **lo verde vende** no es más que el reflejo de una preocupación ciudadana que demanda una mayor protección de nuestro entorno y una utilización más racional de los recursos naturales.

esta creciente preocupación está creando una actitud ecológica de consumo, está propiciando un nuevo mercado en el que las empresas tratan de posicionar mejor sus productos a partir de una estrategia diferenciadora, basada en una reducción del impacto medioambiental de dichos productos, desde su concepción hasta su eliminación como residuo”

“las empresas están empezando a integrar en su sistema general la gestión del medio ambiente, internalizando los costos derivados de dicha gestión. esta nueva estrategia conforma en la actualidad un mercado con una oferta todavía incipiente pero variada en los diferentes campos de la actividad industrial. Para dar respuesta a este nuevo reto, se comienzan a desarrollar nuevas tecnologías y se diseñan productos y envases más respetuosos con el medio”

el lugar que ocupa el sector empresarial en lo que se refiere a la economía de los países, es muy importante y digno de tener en cuenta para llegar a una mayor comprensión de su papel relevante a escala micro y macroeconómica.

la empresa se define como una “Unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.” Testifica Pujol (2003)

la empresa está orientada al cliente cuando “Cuyos movimientos están básicamente determinados por la evolución de las necesidades de los clientes. este tipo de empresas pueden reconocer mejor las nuevas oportunidades y establecer una estrategia que tenga sentido a largo plazo, fijándose en la evolución de las necesidades del cliente, ahora bien, no debe olvidarse que la rentabilidad de las empresas viene también condicionada por lo que haga su competencia. así pues, además de los clientes hay que centrarse igualmente en la competencia”

actualmente se puede observar que la administración empresarial y las metas tienen relación con el medio ambiente, como se muestra a continuación:

a “l a administración empresarial usa los recursos de la biosfera (el medio ambiente físico) para producir bienes y servicios mediante el empleo de tecnología.

b el medio ambiente determina las estrategias empresariales sobre la utilización de los recursos.

c el grado de conciencia ambiental de un administrador ayuda a la empresa a alcanzar:

- Metas de supervivencia mediante una estrecha cooperación con los gobiernos y la sociedad, para buscar sectores de interés común, conservar los recursos materiales necesarios y evitar daños;
- Metas de rentabilidad mediante una tecnología más eficaz, de menor desperdicio y conservadora de recursos;
- Metas de expansión mediante productos más eficaces, seguros, saludables y durables”. esto afirma boland (2001).

3. METODOLOGÍA

la Metodología según Benassini, (2001) es “un patrón o estructura que sirve para controlar la recopilación de datos de la forma más exacta y económica posible”.

Borsotti, (2010) afirma que “la metodología es una disciplina instrumental, en cuanto propone procedimientos y caminos para que las disciplinas sustantivas produzcan sus proposiciones de manera sistemática y rigurosa”.

la metodología de la investigación científica, hace referencia a un nivel de investigación que aspira a comprender los procedimientos de investigación desarrollados en el ámbito de la ciencia.

Método Científico

acorde con **Jany Castro**, (2000) el Método Científico “es el proceso que sirve para solucionar un problema emitiendo un juicio después de una cuidadosa consideración se llama proceso para la toma de decisiones. la dificultad que presenta este proceso es la cantidad de alternativas entre las cuales hay que escoger. en algunos casos las decisiones de marketing se toman sin haber reunido toda la información, debido al costo y/o tiempo que esto exigiría”.

la metodología de una investigación debe proporcionar una variedad de fuentes de información para garantizar la suficiente representatividad de la investigación.

- Bibliográfica o documental
- experimental
- De campo
- Modalidades especiales

Métodos generales de la investigación

Según **rodríguez**, (2005) el Método deductivo “consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal.

el método deductivo consta de las siguientes etapas:

- Determina los hechos más importantes en el fenómeno por analizar.

- Deduce las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno.
- Con base a las deducciones anteriores se formula la hipótesis.
- Del proceso anterior se deducen leyes”

Diseño de la investigación

Malhotra, (2004) define el diseño de la investigación como “una estructura o plano para llevar a cabo el proyecto de la investigación de mercados. e especifica los detalles de los procedimientos necesarios a fin de obtener la información que se necesita para estructurar o resolver los problemas de investigación de mercados. a unque ya se haya establecido el método para enfrentar el problema, el diseño de investigación especifica los detalles básicos de operación para ponerlo en práctica. Por lo común, un diseño de investigación incluye los componentes o tareas siguientes:

- Definir la información requerida.
- Plantear las fases exploratoria, descriptiva o causal de la investigación.
- especificar los procedimientos de medida y graduación.
- Construir y probar un cuestionario o una forma apropiada para la recolección de datos.
- especificar el proceso de muestreo y el tamaño de la muestra.
- Desarrollar un plan de análisis de datos.”

Tipo de investigación

además Jany Castro, (2000) señala que los tipos de investigación según los resultados deseados son los siguientes:

1) Cuantitativa

“Trata de medir y cuantificar todas y cada una de las variables comprendidas, en un formato de recolección de información. Su comprobación se lleva a cabo empleando las estadísticas paramétricas, como la media, la mediana, la moda, las desviaciones, la varianza, los percentiles, cuartiles y deciles”.

2) Cualitativa

“Trata de volver mesurablemente cada una de las respuestas dadas en una entrevista o en una encuesta, midiendo la calidad de las mismas, ya sean características socioeconómicas, gustos, preferencias u opiniones. Su comprobación se lleva a cabo al aplicar la estadística no paramétrica: prueba z, prueba t, prueba f, prueba ji cuadrada, regresión y correlación”.

Población

Pagano, (2006) define a la población como el “conjunto completo de individuos, objetos o datos, que el investigador está interesado en estudiar. en un experimento, la población es el grupo más grande de individuos del cual se pueden tomar los sujetos que participara en dicho momento”. la población en este estudio es la del ecuador que actualmente tiene más de 15 millones de habitantes.

Muestra

$$K = 2\sqrt{(p(1-p))/n}$$

Malhotra, (2004) define que la muestra “es un subgrupo de población seleccionado para participar en el estudio. las características de la muestra, llamada estadística, se utilizan para hacer deducciones acerca de los parámetros de población. las deducciones que vinculan características de muestra y parámetros de población son procedimientos de cálculo y pruebas de hipótesis”.

Según esta teoría y puesto que la población objetivo (más de 15 millones de habitantes en Ecuador) es el conjunto total de habitantes de Ecuador (pues todos están “afectados” por los impactos ambientales de las empresas de Ecuador), y por tanto superior a 100.000 unidades muestrales, podemos utilizar la siguiente fórmula estadística para calcular el error muestral, con un nivel de confianza del 95%, un total de encuestados de 500, con la condición de máxima dispersión ($p=q=0,5$), y un método de muestreo aleatorio simple

N: Población

K: error de muestreo

n: Tamaño de la Muestra

p: Porcentaje de la población que posee la característica de interés

$p(1-p)$: Dispersión

así, el error de muestreo de esta investigación es del 4,4% para los 500 encuestados del trabajo de investigación. aclarar también que la selección de los 500 encuestados se llevo a cabo en las ciudades de Quito y Ambato entre febrero y marzo 2011, en varios sitios céntricos de ambas ciudades, abordando cada novena persona que contabilizábamos en estos sitios (y que fuera mayor de 16 años).

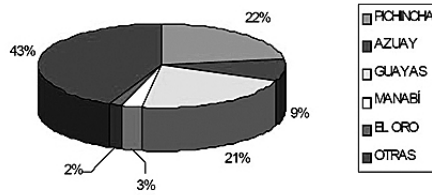
Técnicas e instrumentos

La recolección de datos se realizara por medio de datos bibliográficos y técnica de la encuesta, donde la instrumentación será a través del cuestionario. Según Barrón et al, (2007) la encuesta “es un estudio hecho sobre la base de cuestionarios. Un cuestionario es un instrumento para la recolección de datos, rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación. Se compone de preguntas que permiten estudiar el hecho propuesto investigando a una población numerosa en un tiempo menor que el que requeriría realizar entrevistas”.

4. RESULTADOS

el sector empresarial causa impacto directo en el medio ambiente, pero desafortunadamente este impacto es negativo. el Instituto Nacional de estadística de Ecuador (INEC) en su encuesta de Manufactura y Minería reporta un total de 1.619 establecimientos industriales en el país en el 2005. en esta encuesta se consideran las empresas con más de 10 empleados. en el 2005 el 74% de las empresas se encontraban concentradas en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay

Ilustración 1: Distribución de empresas por provincias 2005



Fuente: INeC 2005

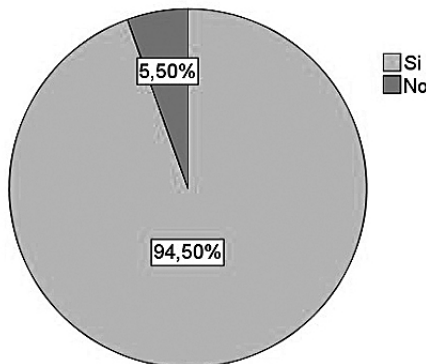
en una investigación realizada en el año 2002 en las 200 empresas más importantes del país, se analizó la influencia del tamaño de la empresa en el medio ambiente en la que determinaron que:

las empresas que pertenecen a las 200 más grandes cumplen con más frecuencia con las regulaciones con un porcentaje del 53%, a diferencia de las más pequeñas; el 55% de éstas invirtieron en plantas de tratamiento contra el 29% de las más pequeñas; el 59% de las empresas más grandes tienen implantado ISO 9000 contra el 22% de las pequeñas; y, el 14% de las empresas grandes tienen implantado ISO 14000, contra el 8% de las pequeñas.

en particular, en la encuesta de este trabajo de investigación realizada a habitantes de las ciudades más importantes del Ecuador de Quito y a Ambato, se recopiló información acerca de la contaminación ambiental en relación con las personas y empresas.

los datos recopilados a través de la encuesta, ante la pregunta ¿Conoce usted acerca de la contaminación ambiental? revelan que el 94,50% de encuestados conocen acerca de la contaminación ambiental y tan solo el 5,50% no saben nada acerca de este tema tan importante.

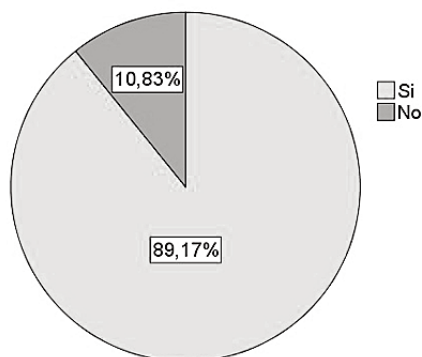
Ilustración 2: ¿Conoce usted acerca de la contaminación ambiental?



Fuente: elaboración propia

Se preguntó también si conocían que la contaminación ambiental en los últimos años se había incrementado aceleradamente y el 89,17% de personas respondieron que sí, mientras que el 10,83% de encuestados respondió que no estaban informados.

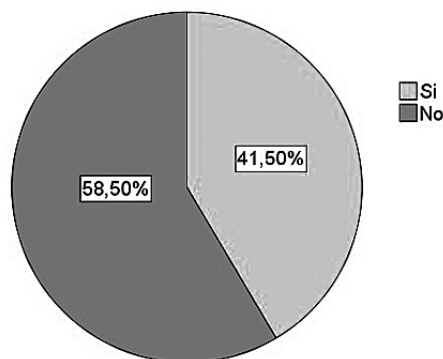
Ilustración 3 ¿Sabía que los índices de contaminación ambiental en los últimos años se han incrementado aceleradamente?



Fuente: elaboración propia

Se investigó si los encuestados realizan actividades de reciclaje y el 58,50% de personas respondieron que no, resultado que es muy negativo en el estudio, pero un 41,50% respondió que si realizaban actividades de reciclaje.

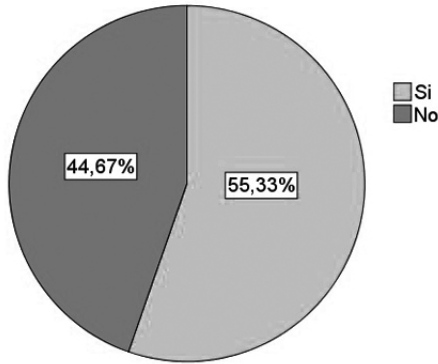
Ilustración 4: ¿realiza actividades de reciclaje?



Fuente: elaboración propia

además, se investigo si les gustaría involucrarse directamente en actividades de reciclaje y se determino que el 55,33% de encuestados desearía involucrarse en actividades de remediación ambiental directamente, mientras que al 44,67% de personas no les gustaría involucrarse en este tipo de actividades.

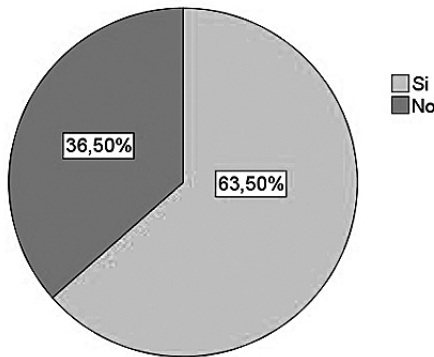
Ilustración 5: ¿le gustaría involucrarse directamente en actividades de remediación ambiental?



Fuente: elaboración propia

ante la pregunta ¿le gustaría involucrarse indirectamente en actividades de remediación ambiental? el 63,50% de personas respondió que les gustaría involucrarse indirectamente en actividades de remediación ambiental y en menor porcentaje, el 36,50% de encuestados no desean involucrarse en estas actividades.

Ilustración 6: ¿le gustaría involucrarse indirectamente en actividades de remediación ambiental?



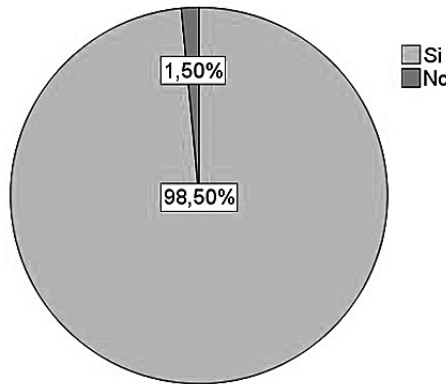
Fuente: elaboración propia

Con el objetivo de conocer su opinión con respecto a la responsabilidad ambiental de las empresas, se les hizo la siguiente pregunta:

¿Desearía que las empresas se responsabilicen para no contaminar el medio ambiente?

a lo que el 98,50% de personas respondió que sí, y solo el 1,50% respondió que no les interesa, lo que significa que están conscientes que es hora de proteger el medio ambiente.

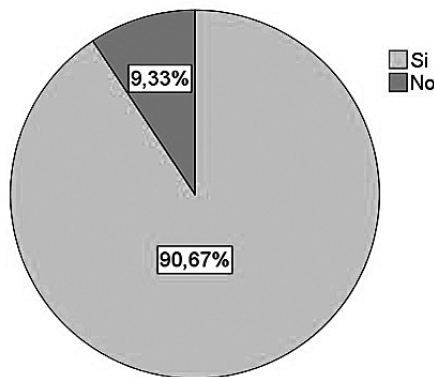
Ilustración 7: ¿Desearía que las empresas se responsabilicen para no contaminar el medio ambiente?



Fuente: elaboración propia

a sí también se encuesta si ¿e estaría dispuesto a pagar más por un producto que no contamine el medio ambiente? a lo que el 90,67% de personas respondieron que sí estarían dispuestos, frente a un 9,33% de encuestados que respondieron que no. a l igual que en el caso anterior, estas respuestas demuestran lo consientes que están los consumidores con respecto a cuidar el medio ambiente, que es la tierra en que vivimos.

Ilustración 8: ¿estaría dispuesto a pagar más por un producto que no contamine el medio ambiente?



Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

el Ministerio del ambiente está realizando diferentes actividades con el objeto de proteger el medio ambiente, pero tiene aun que ganarse un espacio en la gestión ambiental tendiente a mejorar el desempeño industrial.

además, también se puede concluir que Guayas es la provincia con mayor porcentaje de empresas, seguida de la provincia de Pichincha, lo cual indica que es en donde existe mayor contaminación, no sólo por la proliferación de las empresas, sino

también debido a que tienen mayor población y el nivel de consumismo tiende a ser más alto, al igual que la cantidad de desechos.

así también, se pudo determinar que las empresas más grandes del país están más responsabilizadas con la protección del medio ambiente y han tomado medidas como la implementación de normas ISO, plantas de tratamiento, entre otros, a diferencia de las empresas más pequeñas, que por diversos factores como la falta de recursos no han tomado medidas para la protección.

También, es importante recalcar que el nivel de concientización de los ecuatorianos ante el problema de la contaminación ambiental es muy alto, actualmente 9 de 10 personas conocen acerca de este tema y a la vez están consientes de que debe hacerse algo para erradicar este problema que nos afecta todos, aunque actualmente muy pocos han tomado medidas de remediación.

Por otra parte, se pudo comprobar que debido al conocimiento del problema de cada 10 personas alrededor de 6 estarían interesados en involucrarse directa e indirectamente en actividades que estén direccionadas a proteger el medio ambiente en que vivimos.

además, cabe mencionar que actualmente las personas están interesadas en que las empresas como parte de esta problemática adopten medidas con las que se disminuya su impacto en el medio ambiente y 9 de cada 10 personas afirman estar dispuestas a pagar más por un eco producto, es decir, un producto que no contamine al medio ambiente ni durante su vida útil, ni cuando éste se haya convertido en desecho.

Se encuentra que no existe al momento un efectivo control de la contaminación industrial al aire en las ciudades más importante del país. esta situación está empezando a cambiar en Guayaquil donde cuentan con una unidad de monitoreo de calidad del aire del ambiente. Se requiere reforzar la capacidad de los entes reguladores para la prevención y control de la contaminación al aire.

6. BIBLIOGRAFÍA

- BarrÓN, vIvIaNa y D'aNQUINO, MarISa. *Proyecto y metodología de la investigación*. argentina: editorial Maipue, 2007. págs. 97-99.
- BeNaSSINI, MarCela. *Introducción a la Investigación de Mercados*. [ed.] Marisa de anta. Primera edición. s.l.: Pearson educación, 2001. págs. 31-164.
- BOLaND, Dr. r. G. a. *Administración de la Producción y el Medio Ambiente*. Tomo 3. México-Distrito Federal :alfaomega S.a., 2001. págs. 21-202.
- BOrSOTTI, CARLOS. *Temas de metodología de la investigación en ciencias sociales empíricas*. Segunda edición. argentina : Miño y Davila, 2010. págs. 24-61.
- eSCUela SUPerIOR POIITÉCNICa Del IIT Oral. *Proyecto Andino de Competitividad*.Guayaquil-ecuador, 2002, Pág. 60-80
- JaNY CaStrO, JOSÉ NICOLÁS. *Investigación Integral de Mercados*. [ed.] lily Solano arévalo. Tercera edición. Bogotá: Nomos, 2005. págs. 7-36.
- MalHOTra, NareSH. *Investigación de Mercados*. Cuarta edición. s.l.: Pearson educación S.a., 2004. págs. 74-315

- PaGaNO, rOBeR T r. *Estadística para las ciencias del comportamiento*. Séptima edición. Distrito Federal: Thomson editores S.a., 2006. págs. 5-6.
- PUJOI BeNGOeChEa, BrUNO. *Diccionario de Marketing*. Madrid: Cultural S.a., 2003. págs. 110-341.
- rODrÍGUEZ, FerNaNDO ar TeChE. *Biblioteca de la Calidad*. s.l.: gestión 2000, 2000. págs. 613-615.
- rODrÍGUEZ, erNeST O. *Metodología de la Investigación*. Quinta edición. s.l.: Universidad Juárez autónoma de Tabasco, 2005. págs. 19-30.