

Estrategias de Cuidado Medio Ambiental como Ventaja Competitiva: CEMEX y su Gestión de Emisiones de CO₂

Es bien sabido que en los últimos años hemos tenido en el planeta un serio problema medioambiental causado por la interacción humana descontrolada en el entorno natural. Entre los problemas principales tenemos a la contaminación del aire causada por gases como el CO₂ o, también conocido como **‘dióxido de carbono’**. De hecho, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2020) menciona que para abril de 2020 se determinó que la concentración promedio de dióxido de carbono en la atmósfera fue de 416,21 partes por millón (ppm), lo que la convierte en la más alta desde que comenzaron las mediciones en el año 1958, tomando los datos de la Administración Nacional Oceánica y Atmosférica de los Estados Unidos (NOAA) (2020) (Ver anexo 1).

Una de las industrias que generan más dióxido de carbono en el planeta es la del cemento. De hecho, la industria del concreto es el responsable de aproximadamente el 8% de las emisiones de dióxido de carbono del mundo, siendo el material fabricado por el hombre más utilizado de la historia, según el centro de estudios británico Chatham House (s.f.). Por ende, empresas multinacionales de este tipo son de las que poseen más potencial de contaminación. Un ejemplo claro de este tipo de compañías es CEMEX.

CEMEX es una empresa multinacional con sede en México dedicada a la producción, distribución y comercialización de cemento, concreto premezclado, agregados y productos relacionados. Cuenta con presencia en América, Europa, Asia, África y Medio Oriente, manteniendo relaciones comerciales con más de 100 naciones en todo el mundo.

Al ser esta una compañía de cemento con gran importancia y cuota de mercado a nivel mundial, CEMEX es muy consciente de su influencia en el impacto climático, por lo cual ha llevado a cabo proyectos para cumplir con su responsabilidad social. Entre estos proyectos están el promover su eficiencia operativa y el uso racional de los materiales y combustibles a través de la sustitución de combustibles fósiles por combustibles alternativos basados en biomasa y otros (CEMEX, s.f.). Ciertamente, la implementación de este tipo de proyectos sustentables es beneficioso para el entorno

natural. Sin embargo, **¿Por qué lo hace? ¿esto conlleva a algún beneficio para la compañía?**

Por un lado, CEMEX perfectamente pudiera llevar a cabo este tipo de iniciativa por una verdadera preocupación por el cambio climático. Sin embargo, también podemos atribuir esto a otros intereses, y es que estos proyectos de sustentabilidad son ventajosos para la empresa en sí. Con respecto a esto, Cuervo (2016), citando a Hernández y Mercedes (2007), menciona lo siguiente:

(...) es un factor crucial que influye decisivamente tanto en la imagen corporativa de la empresa como en la calidad del producto, en el costo de la comercialización y en la competitividad. (...) La Gestión Ambiental influye en todos los aspectos de la gerencia (la planificación) que desarrollen, realicen y mantengan la política ambiental. Machín Hernández, concluye que la gestión ambiental en el ámbito empresarial es un proceso dinámico de gran relevancia y posee un efecto positivo en las ventajas competitivas de las empresas. (p. 10)

Por otro lado, también tomaremos en cuenta los pensamientos de Cerda (2003), el cual menciona lo siguiente:

En este contexto, la competitividad empresarial y el medio ambiente toma una relevancia que abarca a todas las empresas. Es así como la competitividad de una empresa, ya sea definida como la capacidad que poseen las firmas para mantener o aumentar cuota de mercado en forma sostenida o como la capacidad que poseen las empresas para disminuir los costos y ofrecer productos de alta calidad a un precio favorable, está influenciada por la variable ambiental. (Introducción, párrafo 9)

Por esta razón, basándonos en lo dicho por Cerda se puede afirmar que la implantación estrategias que incorporen una gestión ambiental positiva, como el control de emisión de contaminantes, podría ser bastante útil si se desea ganar cuota de mercado, transfiriendo más seguridad y confianza al cliente por la compra de productos o adquisición de servicios de la compañía.

Podemos afirmar que ser socialmente responsable es una estrategia que permite el fomento principalmente de las ventas de CEMEX y a mantener o ganar cuota de mercado. Sin embargo, también hay que destacar que, a diferencia de esta

multinacional, muchas compañías no tienen la posibilidad de implementar proyectos ecológicos, o al menos no muy grandes, debido a los costos que pueden implicar u otras dificultades. Sin embargo, en micro y medianas empresas se pueden hacer pequeños cambios en su forma de operar, gestionar algunos de sus residuos e incluso en los suministros que utilizan, como cambiar bolsas de plásticos por bolsas de papel. A pesar de esto, algunos artículos ecológicos suelen ser más costosos que los regulares, por lo que no son tan asequibles o rentables.

Por esta misma razón, a muchas compañías, principalmente revendedoras, se les dificulta el implementar medidas como la venta de productos que sean amigables con el medio ambiente. Estas no tienen la posibilidad o facilidad de adquirirlos, ya sea porque tengan costos muy altos, sean de difícil adquisición, no existan versiones ecológicas, o cualquier otra razón.

Sin embargo, cuando se tratan de grandes industrias y otros negocios con gran alcance a nivel internacional, como lo es CEMEX, tienen más facilidades a la hora de implementar estas estrategias, debido a que, como en el caso de esta productora de cemento, muchas tienen los recursos necesarios, por lo que pueden implementar proyectos con inversiones cuantiosas. De igual manera, al ser ellos mismos encargados de la producción de su propia mercancía, el cemento, concreto y relacionados, pueden controlar ciertos aspectos, como lo son las emisiones de CO₂ que se producen en su fabricación.

A partir de todo lo anterior, se puede apreciar lo importante que puede llegar a ser el implementar estrategias que vayan de la mano con gestiones ambientales adecuadas y como se pueden utilizar como ventaja competitiva, creando un escenario de ganar-ganar tanto para grandes corporaciones como para empresas más pequeñas, tanto a nivel corporativo como a nivel ambiental. De esta manera, se fomenta tanto la permanencia en el mercado, como la fidelidad y adición de nuevos clientes.

Bibliografía

CEMEX. (s.f.). *CEMEX*. Obtenido de Nuestro Desempeño y Objetivos: <https://www.cemex.com/es/sostenibilidad/accion-climatica/nuestro-desempeno-y-objetivos>

CEMEX Dominicana. (s.f.). *CEMEX Dominicana*. Obtenido de Acerca de CEMEX: <https://www.cemexdominicana.com/nuestra-empresa/acerca-de-cemex#:~:text=La%20compa%C3%B1a%20inici%C3%B3%20en%20Rep%C3%BAblica,procesos%20constructivos%20de%20nuestros%20clientes>

Cerda U., A. (26 de mayo de 2003). *Panorama Socioeconómico*. Obtenido de Empresa, competitividad y medio ambiente : <https://www.redalyc.org/pdf/399/39902604.pdf>

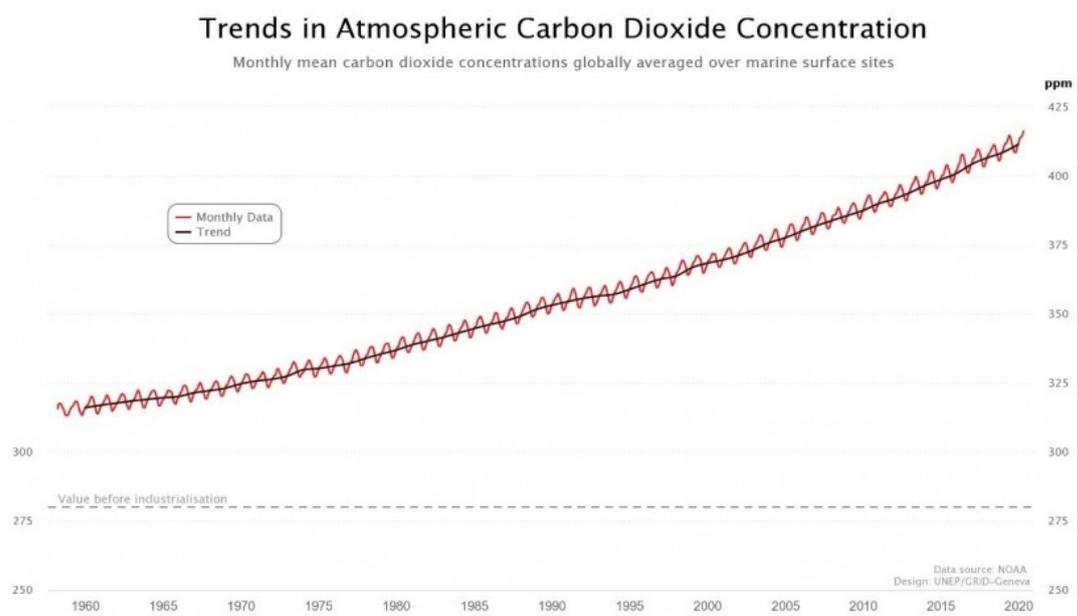
Chatam House. (s.f.). *Chatam House*. Obtenido de Innovación en Cemento y Hormigón con Bajo Contenido de Carbono: <https://www.chathamhouse.org/about-us/our-departments/energy-environment-and-resources-programme/innovation-low-carbon-cement>

Cuervo Ciro, Y. Y. (2016). *Biblioteca Digital*. Obtenido de Medio Ambiente como Ventaja Competitiva en la Gestión Gerencial de las Empresas Industriales de Colombia: http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4343/1/Medio%20ambiente%20como%20ventaja%20competitiva_Yiset%20Cuervo%20Ciro_2016.pdf

Anexos

Anexo 1

Gráfico sobre la tendencia en la concentración de CO2 atmosférico.



Tomado de: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, gráfico hecho por la Sala de Situación del Medio Ambiente Mundial del PNUMA con datos del NOAA.