

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y CAMBIO CLIMÁTICO

Dra. María Xochitl Astudillo Miller
Coordinadora del doctorado en Administración
Universidad Autónoma de Guerrero

M.A. Rayma Ileri Maldonado
Estudiante de Doctorado en Administración

Área Temática: H) Responsabilidad Social Corporativa

Palabras clave: Responsabilidad social, cambio climático, responsabilidad ambiental

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y CAMBIO CLIMÁTICO

Resumen:

La responsabilidad de la empresa con la sociedad toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

El cambio climático ha generado una serie de desafíos sin precedentes. Las empresas deberán fortalecer sus bases de responsabilidad, eco eficiencia y confianza, buscando mecanismos de desarrollo limpio, de responsabilidad ante el medio ambiente realizando acciones de mitigación y adaptación ante el cambio climático, ya que está en juego no solamente la sobrevivencia de la empresa, sino la de nuestro planeta.

Antecedentes

En el marco del cooperativismo y el asociacionismo, desde el siglo XIX, podemos encontrar antecedentes de la responsabilidad social, considerando que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de economía social, por definición: Empresas Socialmente Responsables.

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicional y simplemente como filantropía. Hoy se considera como una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Durante la última década la responsabilidad social de la empresa se ha convertido en un tema cada vez más central en las agendas corporativas. Muchas empresas han avanzado en el tema, yendo más allá del cumplimiento de la ley o de la acción filantrópica para considerar temas como el manejo de riesgo, la innovación, y la creación de valor.¹

La responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad social empresarial (RSE), como también se le conoce, es hoy una tendencia creciente alrededor del mundo. A nivel global cada país ha desarrollado y adaptado el tema a su manera, imprimiéndole sus propios matices culturales.

Similitudes y diferencias entre RSC, RSE y RS

Hay una sutil diferencia en el significado de la responsabilidad social corporativa (RSC) y de la responsabilidad social empresarial (RSE), en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiéndose que ésta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no e independiente de su tamaño, aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo.

En este trabajo utilizamos indistintamente RSE o RSC, no obstante, reconocemos que existe una diferencia entre estas y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen los ciudadanos, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

Es necesario decir que con frecuencia, se utilizan indistintamente las tres abreviaturas para referirse a la responsabilidad social corporativa. En todo caso la RS se aplica no sólo a las compañías privadas. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se ha ampliado para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo. Sin embargo, para los fines que nos ocupa en este trabajo, los términos, RSC y RSE, son usados indistintamente.²

¹ CORREA, María Emilia; Flynn, Sharon & Amit, Alon. (2004). Responsabilidad Social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Publicación de Las Naciones Unidas. Chile, pp. 15

² Conceptos de Marketing. [En línea], Disponible en: <http://sites.google.com/site/conceptosmk/conceptos-de-marketing>.. Consulta: Octubre de 2010.

La responsabilidad social corporativa

Aún cuando no existe una definición única o totalmente aceptada a nivel internacional de la responsabilidad social corporativa, podemos considerar algunas definiciones:

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), organismo especializado de las Naciones Unidas, la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario.³

Para el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.⁴

La gestión responsable de la empresa implica que ésta, actúe conciliando (punto de equilibrio) entre los intereses del negocio y las expectativas que de ella tiene la comunidad (particularmente sus grupos de interés -stakeholders-)

La definición establecida por la Comunidad Europea y retomada por la Organización de las Naciones Unidas, se refiere a la RSE como “la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.⁵

La definición anterior establece la diferencia con respecto a la filantropía, misma que supone una actitud meramente altruista o caritativa por parte del empresario, quien otorga donativos a título personal y sin esperar beneficio alguno.

Por otra parte, esta nueva relación empresa-sociedad se explica desde diversas perspectivas: la política, la integradora, la instrumental, etc.⁶

Desde la perspectiva política, se plantea “la ciudadanía corporativa”, la cual parte de la premisa de que la empresa es una entidad pública (las acciones de la empresa afectan de manera directa e indirecta dentro y fuera de la organización) y que como tal contrae obligaciones no sólo financieras, sino también sociales, culturales y medioambientales hacia la comunidad donde opera y gracias a la cual existe.⁷

³ [En línea], Disponible en: [Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa \(RSE\), Organización Internacional del Trabajo](#). (22-11-2007). Consultado: Octubre 2010

⁴ <http://www.cemefi.org/esr> (24-04-2009)

⁵ Comisión de la Comunidad Europea y Pacto Mundial. www.unglobalcompact.org

⁶ GARRIGA, Elisabeth & Doménec, Melé. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics* 53: 51-71

⁷ ROITTER, Mario. (1996). La razón social de las empresas, una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad en Argentina. Centro de Estudios de Estado y Sociedad. [En línea], disponible en: <http://www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/La%20Razon%20Social%20de%20las%20Empresas.pdf>

Consultado: octubre de 2010

Las presiones ejercidas desde la base se explican desde una perspectiva integradora. Se considera que la empresa empieza a dar respuesta a demandas sociales para ganar legitimidad y una mayor aceptación y prestigio social.⁸

Calvo, en especial, introduce el aspecto de la legitimación como un imperativo de las empresas en la actualidad.

Producir utilidades no equivale necesariamente a producir bienestar para todos. Con lo cual, la tradición lógica de legitimación de la empresa, según la cual la generación de la ganancia era fuente de beneficio social, no es más creíble.

Desde la perspectiva instrumental, la empresa es vista exclusivamente como instrumento para la creación de riqueza, de aquí que sus actividades sociales sean un medio para alcanzar resultados económicos o la maximización del valor para los accionistas.

Cabe señalar que también la RSE puede ser concebida como una estrategia medular que orienta e integra las políticas de la empresa. Este modelo, propuesto por la comunidad europea, implica la integración de objetivos sociales desde la misión-visión de la empresa (*core business*).

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSC, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino.

Además, existen otras entidades e iniciativas con una especialización en el tema, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.

Elementos clave en responsabilidad social corporativa

Como nos podemos dar cuenta, existen diferentes definiciones y enfoques relacionados con la RSC; no obstante, si nos referimos a las responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad, podemos distinguir los siguientes elementos:

- a) Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- b) Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- c) Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral, así como el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- d) Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- e) Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.

⁸ CALVO, Cristina. (2004). Las diferentes teorías que sustentan la responsabilidad social de la empresa: estado de situación y prospectiva. [En línea], Disponible en: http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_calvo.pdf. Consultado: octubre 2010

- f) Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- g) Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.⁹

Así mismo, aun cuando existen diferentes definiciones sobre la RSE, la mayoría de las definiciones coinciden con los siguientes aspectos:

- a) Se asume como un compromiso voluntario.
- b) Se concibe como una estrategia del negocio, como parte de su cultura y de sus operaciones diarias.
- c) Supone beneficios tanto para la organización como para la empresa.
- d) Reconoce su responsabilidad frente a todas las partes interesadas (*stakeholders*, que pueden ser accionistas, clientes, empleados, proveedores, gobierno, instituciones educativas, comunidad, medio ambiente, etc.)¹⁰

RSC y medio ambiente

Desde comienzos de la Revolución Industrial, —en la cual la empresa se preocupaba por buscar incesantemente mejores formas para acelerar sus procesos productivos y en donde igualmente se enmarca el inicio de la devastación de la Tierra— la empresa y el medio ambiente eran considerados antagónicos.

La empresa, por sus actividades, era considerada como una fuente de contaminación y sobreexplotación de los valiosos y a veces agotables recursos de la Tierra. La preocupación por el cuidado y protección del medio ambiente representaban un freno para el sector empresarial, debido a que obstaculizaban su desarrollo.

Sin embargo, poco a poco se están generando cambios significativos entre estos dos elementos, de tal manera que, ante los graves problemas que se han venido observando en el medio ambiente, y que han colocado como prioridad temas como la administración del uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

El tema ambiental es ya un componente intrínseco de la RSC. Actualmente se busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales —por los cuales son inmediata y directamente responsables—, y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno.

A las empresas se les insta entonces a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades.¹¹ Así mismo, la RSC debe motivar a las empresas a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad, y a descubrir

⁹ BESTRATÉN, Manuel. & Pujol, Luis. (2004). NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación, INSHT, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España [14-01-2008]

¹⁰ GREAVES, Patricia. (2006) Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social. Universidad Iberoamericana, A.C., México, pp. 11

¹¹ CANO, Gloria Lucía. & Vázquez, Gloria Stella. (2009). Bases para un comportamiento empresarial responsable y sostenible. CIER, curso a distancia, Módulo 2. ¿Qué es y para qué sirve la RSE?. pp 15

de qué manera sus negocios generan efectos sobre la cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final.

En los últimos años ha surgido una conciencia de la problemática a nivel internacional, gubernamental y empresarial de la Responsabilidad Ambiental y Social Corporativa. Se ha destacado la necesidad de incorporar medidas preventivas y correctivas sobre los impactos ambientales de las prácticas productivas y de consumo, lo que conlleva a establecer políticas y estrategias de solución que contribuyan al Desarrollo Sostenible, es decir, el desarrollo con responsabilidad y respeto por el entorno con el máximo aprovechamiento de los recursos.

Actualmente se detecta una tendencia hacia un modelo de empresa que, de acuerdo con el “Código de buen gobierno de la empresa sostenible”, se caracteriza porque *“crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general”*.¹²

Es común que los programas medioambientales sean considerados parte de los programas de desarrollo de la comunidad, ya que se contempla que el impacto ambiental y el social van de la mano.

A nivel internacional, el “Pacto Global” (Global Compact) es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU), que fue anunciado en el Foro Económico Mundial (Foro de Davos) en 1999. Tres de sus diez principios se relacionan con los aspectos ambientales:

- Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente¹³

El Global Reporting Initiative, (*Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global*), (GRI) es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Desde su creación en 1997 hasta el 2002, el GRI era un proyecto conjunto entre el PNUMA y la organización CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies). Fue concebido con el fin de aumentar la calidad de la elaboración de las memorias de sostenibilidad, hasta equipararlas con los informes financieros en cuanto a comparabilidad, rigor, credibilidad, periodicidad y verificabilidad.

¹² NIETO, M., Fernández Gago, R., (2004) Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*. [En línea], Disponible en: ubr.universia.net/pdfs/UBR0012004028.pdf. pp. 28.

¹³ United Nations Global Compact. [En línea], Disponible en: http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html Consultado: octubre 2010

El GRI cuenta con la participación activa de representantes de organizaciones de derechos humanos, derechos laborales, investigación, medioambientales, corporaciones e inversionistas.

Así mismo, la gestión ambiental se incorpora como parte de la RSE y las empresas en aras de incorporarse al sistema del comercio internacional deben cumplir con una normatividad cada día más exigente y cada vez un mayor número de empresas que conforman dichos grupos buscan ser certificadas.

Europa se ha preocupado por dar continuidad del acuerdo global sobre clima ya que han sido los primeros en invertir y diseñar políticas para movilizar una economía más baja en carbono y existen importantes avances en materia de RSC y certificación, tal es el caso del llamado *libro verde europeo*.¹⁴ El artículo 116¹⁵ de la ley francesa sobre nueva reglamentación económica del 2001, incluso impone la obligación jurídica a las empresas, de informar acerca de sus acciones de índole social.

En América latina, en Brasil, se ha promovido la RSC y en 2003 se elaboró el proyecto de *Ley de Responsabilidad Social*.

Así mismo, existen normas oficiales acerca de la RSC como la norma SA 8000 (*Social Accountability Standard 8000*) impulsada por el *Council on Economic Priorities*¹⁶, así como la norma SGE 21 de Forética, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, es la primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social, única norma en el mundo que certifica globalmente la RSC en todos sus ámbitos.

RSC y Cambio climático

El tema del cambio climático está entre las prioridades de los gobiernos en todo el mundo y ha llegado al ámbito empresarial. El calentamiento global, ha trascendido el mundo de los científicos, para llegar al político, económico, social y empresarial. La sociedad actual, exige un urgente cambio radical en nuestro modelo de desarrollo. Un cambio que afectará sin duda a la economía, al mundo empresarial y el sistema financiero internacional.

Con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), México crea en 1994 la Secretaría de Medio Ambiente ya que la inclusión de los temas ambientales en la definición de políticas públicas, tuvo como objetivo dar cumplimiento a uno de requisitos más importantes para México por parte de Estados Unidos y Canadá para la firma del tratado.

Estados Unidos y China son responsables del 42.7% de las emisiones globales de GEIs (China es ya el mayor emisor de gases de efecto invernadero del mundo). México se ubica en el lugar número 14 de los mayores emisores del mundo de gases de efecto invernadero (GEIs), principales responsables del calentamiento global y el cambio

¹⁴ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_fr.htm

¹⁵ l'article 116 NRE devenu l'article L. 225-102-1 du code du commerce

¹⁶ SA8000 [en:SA8000](#) social accountability standard [site officiel SA8000](#)

climático, con una participación del 1.5% en el total de emisiones globales de GEIs.¹⁷ En México se han realizado acciones en torno al tema, y será el país anfitrión de la XVI Conferencia de las Partes a celebrarse en noviembre de 2010.

En materia de acciones, el esfuerzo integral más importante es el Programa Especial de Cambio Climático 2008-2012 (PECC) del Gobierno Federal en el que se definen compromisos y reformas importantes en todas las instituciones federales, incluyendo las dos grandes paraestatales de petróleo y energía (PEMEX y CFE), para lograr reducir en un 50% las emisiones de GEI al 2050.

Con la implementación del PECC, el gobierno busca evitar futuras barreras o restricciones comerciales con las que ya algunos países desarrollados han amenazado.

Otra de las iniciativas importantes es el Programa GEI México el cual es un programa nacional voluntario de contabilidad y reporte de GEIs y de generación de proyectos de reducción de emisiones. Dicho programa surge de la iniciativa privada como una respuesta del sector industrial para adoptar acciones voluntarias para combatir el cambio climático. Hasta el momento, se encuentran registradas un total de 69 medianas y grandes empresas que han contabilizado un total de emisiones equivalentes al 26% de las emisiones totales nacionales estimadas para 2006.¹⁸

Las empresas mexicanas buscan incorporarse a las acciones ante el cambio climático, entre otros motivos para aumentar su competitividad en los mercados internacionales, ya que cerca del 85% de las exportaciones de México tienen como país de destino los Estados Unidos.¹⁹ A pesar de que Estados Unidos no ha ratificado el protocolo de Kyoto ni se han aprobado por el Congreso las distintas iniciativas para la implementación de un sistema de permisos transferibles de emisión, si se esperan medidas ambientales más estrictas para el futuro cercano.

Algunas empresas exigen a sus proveedores una buena gestión de emisiones, como uno de los factores clave en el negocio.

En el ámbito internacional las mayores empresas multinacionales esperan que sus proveedores demuestren eficacia en la gestión, control y reducción de las emisiones de gases efecto invernadero, como un requisito fundamental para mantener sus relaciones contractuales.

¹⁷ AGUILAR, Soledad. (2010). Lentitud en las reuniones de clima... el planeta: ¿puede esperar?, Foro sobre Cambio Climático y Comercio. [En línea], Disponible en: <http://www.ambienteycomercio.org/?p=139>. Consultado: octubre de 2010.

¹⁸ RIVERA, Marisol. & Escobar, Ninel. (2010). Gobierno, Empresas y Cambio Climático en México ¿Por qué medir la huella del carbono?, Planeta Azul periodismo ambiental. [En línea], Disponible en: <http://www.planetaazul.com.mx/www/2010/09/14/gobierno-empresas-y-cambio-climatico-en-mexico-%C2%BFpor-que-medir-la-huella-de-carbono/>, Consultado: Octubre 2010

¹⁹ RIVERA, Marisol. & Escobar, Ninel. Op. Cit.

El segundo informe anual de la iniciativa CDP Supply Chain (CDP, cadena de suministro) producido por A.T. Kearney²⁰, resume la información sobre cambio climático de 710 proveedores de los miembros de dicha iniciativa. Los miembros, entre los cuales se encuentra Dell, Juniper Networks, National Grid, PepsiCo y Reckitt Benckiser, piden a sus proveedores que publiquen los datos de sus emisiones a través del programa CDP Supply Chain. Aunque en este último informe se detecta una mejora significativa sobre los resultados de los últimos años, los proveedores todavía tienen mucho camino por recorrer.

Las 44 empresas Miembro de CDP Supply Chain, líderes en la gestión frente al cambio climático, también esperan de sus proveedores estrategias sólidas en la gestión del cambio climático:

El 89% de los miembros de CDP Supply Chain, han desarrollado una estrategia para el diálogo activo con sus proveedores y para asegurar su compromiso frente al cambio climático.

El 91% de los miembros tienen un consejero ejecutivo responsable de cambio climático, comparado con el 80% de los constituyentes del selectivo Global 500.

La mayoría de miembros de CDP Supply Chain (56%) han dicho que, en el futuro, esperan excluir a los proveedores que no cumplan los criterios sobre cambio climático establecido por los clientes. Otros, también indican que van a establecer cláusulas en todos los contratos que incluyan gestión de las emisiones por parte de los proveedores.²¹

El 6% de las empresas líderes ya excluyen a los proveedores que no gestionan sus emisiones, y el 56% se comprometen a implantar esta medida en un futuro próximo.²²

Así, las empresas tienen que participar activamente en acciones de mitigación del cambio climático para su participación activa en los mercados internacionales, surgiendo un nuevo escenario en que las empresas deben participar para mantenerse competitivas: los mercados de carbono.

En Europa han surgido varias iniciativas para medir la 'huella de carbono' en los productos, quizás como consecuencia de la falta de acuerdo sobre un régimen de cambio climático a nivel global. Es así que grandes cadenas de supermercados como Tesco en el Reino Unido y la francesa Casino, tienen programas para etiquetar sus productos según su impacto sobre las emisiones de gases de efecto invernadero. Francia, por su parte, ha adoptado normas obligatorias sobre el etiquetado de la huella de carbono, las cuales en la actualidad están siendo sujetas a etapas de prueba a nivel doméstico.²³

²⁰ Corporate supply chain strategy for carbon emissions management, [En línea], Disponible en: <http://www.atkearney.com/index>. Consultado: Octubre de 2010

²¹ cdproject.net (2010) La gestión corporativa frente al cambio climático se convierte en un elemento estratégico de la cadena de suministro de las mayores empresas del mundo. [En línea], Disponible en: <http://www.cdproject.net/>. Consultado: Octubre de 2010

²² Cdproject.net. Op. Cit.

²³ AGUILAR, Soledad. (2010). Huella de Carbono en Productos y Justicia Climática: ¿Es justo que Latinoamérica pague el costo? Foro sobre Cambio Climático y Comercio. [En línea], Disponible en: <http://www.ambienteycomercio.org/?p=196>. Consultado: octubre de 2010

El problema ante los mercados de carbono es que se maneja en un ámbito desigual ya que los programas para medir la huella de carbono imponen la responsabilidad de mitigar el cambio climático a exportadores de los países más pobres, cuando los países responsables de causar el problema del cambio climático, y mayores emisores de GEIs no se ponen de acuerdo para enfrentar el problema.

En sus definiciones más completas, la huella de carbono debiera incorporar todas las emisiones atribuibles a un producto, desde su manufactura, incluyendo su uso y embalaje, y disposición final como residuo, pero este proceso es complejo

Los países en desarrollo exportadores deben estar atentos a estos hechos, ya que la multiplicidad de metodologías presenta una potencial barrera al comercio, por lo que urge acordar un solo método establecido preferentemente a través de las Normas ISO para el cálculo de la huella de carbono en productos.

Es clave para América Latina reclamar que las metodologías a aplicarse, especialmente en regulaciones obligatorias, sean uniformes, pues la multiplicación de metodologías puede complicar o encarecer los costos de exportación.

Aún cuando las emisiones de GEIs en la región latinoamericana, están en gran medida relacionadas con el uso de la tierra y la deforestación, y no con la industria, las penalizaciones a las exportaciones industriales pueden afectar las posibilidades de desarrollo sustentable de la región.

Conclusiones

Actualmente el concepto de medio ambiente está ligado al concepto de desarrollo; esta relación nos permite entender los problemas ambientales y su vínculo con el desarrollo sustentable, el cual debe garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presentes y futuras.²⁴

La empresa debe considerar los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones, y reflejar claramente su liderazgo alcanzando la máxima calidad en su manejo y en su relación con el entorno.

El impacto climático de las organizaciones se origina predominantemente por el consumo de energía eléctrica, combustible fósil e insumos en general. Cada día existen clientes, mercados y comunidades desarrolladas con una fuerte preocupación por el consumo responsable. Ello implica la adquisición de bienes y servicios con huella de carbono reducida o neutralizada. La neutralización de la huella de carbono es un valor agregado de la empresa para fortalecer su imagen y posicionamiento en un sin número de mercados privilegiados.²⁵

²⁴ CAJIGA, Juan Felipe. El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). [En línea], Disponible en: <http://www.cemefi.org/esr/pdf/El%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>. Consultado: octubre de 2010.

²⁵ Centro de Ecoeficiencia y Responsabilidad Social. [En línea], Disponible en: http://cer.org.pe/index.php?fp_verpub=true&idpub=116&fp_mnu_id=54&fp_plantilla_seleccionada_temporal=76. Consultado: octubre de 2010

A nivel internacional se empieza a limitar el comercio de bienes y servicios basado en la huella del carbono. Ante este panorama, el cambio climático afecta a empresas de todos los sectores de la economía y propiciará, entre otros elementos los siguientes cambios:

- Cambios regulatorios a la hora de valorar una empresa y deberán tenerse en cuenta posibles impuestos ambientales y costos de cumplimiento.
- Cambios en la dinámica de los mercados.
- Cambios en la actitud del consumidor y en los patrones de la demanda
- Cambios en los patrones meteorológicos, que ocasionan costos y la seguridad del suministro de agua y energía, además de los riesgos físicos del cambio climático, incluyendo los daños causados por fenómenos climáticos extremos, se traducen en costos que se deben tener en cuenta.

Así, los empresarios mexicanos deberán tomar en cuenta: el tipo de regulaciones y barreras arancelarias que se impongan, la capacidad del gobierno de negociar acuerdos favorables para el medio ambiente global y el crecimiento económico; y la preparación y creatividad de las empresas para sobrevivir en un nuevo escenario comercial internacional, anticipándose a las futuras regulaciones, tomando medidas preventivas que le permitan mantener o incluso aumentar su competitividad.

La Responsabilidad Social Corporativa no se limita a las acciones de la empresa industrial, implica también el compromiso de la empresa de servicios, por ejemplo, con el uso de recursos necesarios para su actividad directa, como pueden ser el agua, la luz, el papel, el uso de vehículos, la generación y manejo de la basura, así como sus contribuciones a la generación de una cultura del cuidado del medio ambiente. Las empresas deben buscar mecanismos de desarrollo limpio, de actuar con responsabilidad ante el medio ambiente realizando acciones de mitigación y adaptación ante el cambio climático, ya que lo que está en juego no es solamente la sobrevivencia de la empresa, sino la de nuestra sobrevivencia y del planeta.

Referencias bibliográficas

- AGUILAR, Soledad. (2010). *Lentitud en las reuniones de clima... el planeta: ¿puede esperar?*, Foro sobre Cambio Climático y Comercio.
- AGUILAR, Soledad. (2010). *Huella de Carbono en Productos y Justicia Climática: ¿Es justo que Latinoamérica pague el costo?* Foro sobre Cambio Climático y Comercio.
- BESTRATÉN, Manuel. & Pujol, Luis. (2004). *NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación*, INSHT, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España [14-01-2008]
- CALVO, Cristina. (2004). *Las diferentes teorías que sustentan la responsabilidad social de la empresa: estado de situación y prospectiva*.
- CANO, Gloria Lucía. & Vázquez, Gloria Stella. (2009). *Bases para un comportamiento empresarial responsable y sostenible*. CIER, curso a distancia, Módulo 2. ¿Qué es y para qué sirve la RSE?. pp 15
- cdproject.net (2010) *La gestión corporativa frente al cambio climático se convierte en un elemento estratégico de la cadena de suministro de las mayores empresas del mundo*.

- Centro de Ecoeficiencia y Responsabilidad Social.
- Comisión de la Comunidad Europea y Pacto Mundial. www.unglobalcompact.org
- Conceptos de Marketing. Disponible en: <http://sites.google.com/site/conceptosmk/conceptos-de-marketing>
- CORREA, María Emilia; Flynn, Sharon & Amit, Alon. (2004). *Responsabilidad Social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Publicación de Las Naciones Unidas. Chile, pp. 15
- GARRIGA, Elisabeth & Doménech, Melé. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the territory*. Journal of Business Ethics 53: 51-71
- Corporate supply chain strategy for carbon emissions management
- GREAVES, Patricia. (2006) *Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social*. Universidad Iberoamericana, A.C., México, pp. 11
- NIETO, M., Fernández Gago, R., (2004). *Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management*. Universia Business Review. pp. 28.
- [Organización Internacional del Trabajo, Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa \(RSE\)](#). (22-11-2007).
- RIVERA, Marisol. & Escobar, Ninel. (2010). *Gobierno, Empresas y Cambio Climático en México ¿Por qué medir la huella del carbono?*, Planeta Azul periodismo ambiental.
- ROITTER, Mario. (1996). La razón social de las empresas, una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad en Argentina. Centro de Estudios de Estado y Sociedad.
- <http://www.cemefi.org/esr> (24-04-2009)
- United Nations Global Compact