



Asegurar la transparencia en las empresas para mitigar el cambio climático

La mitigación destinada a reducir las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) exigirá implementar cambios profundos en las políticas sobre energía, los hábitos de los consumidores y el desarrollo de tecnología. Las empresas, en tanto contribuyen significativamente a la emisión de GEI impulsan el cambio tecnológico, tendrán un rol crucial en la formulación de las respuestas a muchos de estos desafíos.

Los cambios necesarios generarán oportunidades para algunas empresas, mientras que otras deberán adecuar el modelo empresarial que han mantenido tradicionalmente. Es importante que la respuesta de las empresas ante el cambio climático permita a los actores interesados —ciudadanos, consumidores e inversionistas— comprender si las nuevas prácticas y compromisos son transparentes, favorecen el desarrollo sostenible y contribuyen a un futuro con bajas emisiones de carbono.

Índice

1. Incidir de manera transparente en la formulación de la políticas climáticas
2. Ser honestos en cuanto a actitudes ecológicas
3. Procedimientos de diligencia debida en el mercado de compensación de carbono
4. Recomendaciones

Lobby y cambio climático

En 2009, solamente los intereses del sector de petróleo y gas destinaron US\$ 175 millones a gastos de lobby sobre cambio climático, un monto que supera ampliamente los US\$ 22,4 millones utilizados por grupos ambientales en actividades similares ese mismo año (y que representa para estos un récord histórico).

Si bien no existe en Europa un registro de lobby obligatorio que permita controlar los gastos destinados a esta actividad, los intereses de las empresas de la región son tenidos en cuenta en los debates sobre políticas climáticas.

En otros países, como la India, las empresas están utilizando sus recursos para definir las políticas climáticas. Hay casos de representantes de empresas de la India que han desplegado una intensa estrategia de lobby a nivel nacional e internacional para asegurarse de que los proyectos de mitigación favorezcan sus intereses.

1. Incidir de manera transparente en la formulación de las políticas climáticas

En muchos países, la comunidad empresarial destina importantes recursos a la intervención en el debate sobre políticas relativas a cambio climático. En los últimos años, se registró una expansión y una diversificación significativa de la participación de las empresas en el lobby sobre cambio climático. En Estados Unidos, uno de los pocos países que ha establecido un registro obligatorio sobre actividades de lobby, en 2009 se inscribieron para trabajar en cambio climático más de 2.000 lobistas. Si bien el lobby puede ser una forma válida de expresión, existe el riesgo de que cuando la injerencia de ciertos grupos se torna desproporcionada, se ejerza una influencia indebida que determine las decisiones sobre políticas (ver recuadro lateral).

Entre las consecuencias negativas del lobby pueden mencionarse políticas climáticas que favorecen a determinadas industrias o establecen objetivos poco ambiciosos para las medidas de mitigación. Por ejemplo, si bien la Comisión Europea en un principio apoyó un modelo de subasta total de derechos de emisión de gases de efecto invernadero en el marco del Régimen de Comercio de Derechos de Emisión de la UE, las industrias con alto consumo de energía consiguieron una exención para no adquirir los permisos. En Estados Unidos y Australia, algunos observadores afirman que el fracaso de los proyectos de ley sobre cambio climático ocurrido en 2009 puede haberse debido a la influencia de algunas empresas.

Teniendo en cuenta el valor de lo que está en juego, es fundamental que las empresas informen al público sobre la naturaleza y el alcance de su intervención en la discusión sobre las políticas públicas y el modo en que se adoptan las decisiones internas sobre cambio climático. Esta apertura puede ayudar a gobiernos, ciudadanos e inversionistas a comprender cuál es la postura de las empresas en estos temas. Este conocimiento también puede ser usado por los gobiernos para trabajar de manera más efectiva con el sector privado en la transición hacia una economía con bajos niveles de emisión de carbono, y podría convertir a algunos críticos de las políticas progresistas sobre cambio climático en socios.

Algunos gobiernos locales, regionales y nacionales ya han adoptado una serie de políticas que fomentan la participación positiva de las empresas en cuestiones de cambio climático. Las políticas tributarias de Dinamarca e Israel han allanado el camino para la adopción de la infraestructura que requieren los automóviles eléctricos. En Estados Unidos, el estado de California ha empleado el desacople de tarifas para incentivar económicamente a las empresas de servicios públicos a que implementen medidas de mejora de la eficiencia energética. Estas iniciativas envían señales políticas claras y pueden facilitar la transición de las empresas hacia una economía ecológica en vez de concentrar sus esfuerzos en hacer lobby para evitar el progreso.

2. Ser honestos en cuanto a actitudes ecológicas

Además de informar sobre su intervención en políticas públicas de cambio climático, es igualmente importante que las empresas sean transparentes sobre la huella de carbono de los bienes y servicios que ofrecen. Cuando esta información no se oculta y es creíble, las empresas ven fortalecido su prestigio, generan confianza entre los consumidores y contribuyen a la conservación ambiental.

A medida que los clientes tienen más conciencia sobre cuestiones ambientales, exigen saber más sobre la huella de carbono de las empresas. Al aumentar la atención que los consumidores prestan a temas ambientales, se incrementó la cantidad de denuncias sobre “blanqueo ecológico” (greenwashing) por parte de las empresas, que consiste en señalar que determinados productos o servicios son más ecológicos de lo que en realidad son. Esto puede suceder, por ejemplo, cuando las empresas emplean estadísticas engañosas o anuncian los beneficios de un único producto ecológico para mejorar el prestigio de toda una empresa o sector (ver recuadro lateral).

Si bien las empresas llevan a cabo un cierto grado de autocontrol para disuadir el blanqueo ecológico, también se han formulado estándares respaldados por los gobiernos para ayudar a los consumidores a identificar productos dañan el medio ambiente. Aunque se trata en teoría de una buena iniciativa, muchos de estos estándares podrían ser más rigurosos. El estándar de eficiencia energética de la UE establece una escala de G a A++, que podría inducir a los consumidores a creer que un producto clasificado como de grado “A” representa el máximo nivel de eficiencia. En Estados Unidos, un estudio de 2010 de la Oficina Gubernamental de Auditoría (Government Accountability Office – GAO) comprobó que el programa de certificación sobre eficiencia energética del país era vulnerable a abusos y fraude, y que los productos presentados para conseguir esta etiqueta no siempre eran evaluados rigurosamente. Si bien la descripción real del efecto de productos y servicios sobre el medio ambiente depende, en definitiva, de las empresas, las medidas destinadas a desalentar el blanqueo ecológico pueden ser apoyadas mediante estándares de certificación más claros que exijan plena divulgación y a través de un escrutinio más estricto por parte de consumidores y ciudadanos para detectar cualquier infracción.

3. Procedimientos de diligencia debida en el mercado de compensación de carbono

Las empresas que dependen de créditos de compensación (ver recuadro lateral) deben comprender cabalmente como se generan dichos créditos para asegurar que reporten los beneficios que anuncian. Las empresas, entre ellas algunas compañías aéreas, que instan a los clientes a pagar una pequeña cantidad para compensar su huella de carbono, podrían atraer un fuerte escrutinio público a menos que estén seguras de que los proyectos que financian tienen un impacto verificable, sostenible y positivo.

Blanqueo ecológico: Campañas de comercialización que ocultan información

Varias empresas energéticas habrían exagerado su compromiso con el medioambiente.

Shell y BP gastan millones de euros al año para difundir sus inversiones en energía renovable, pese a que estas representan tan solo un pequeño porcentaje de su presupuesto.

La empresa danesa Dong ha promocionado su compromiso con la energía eólica en Dinamarca, mientras que en el extranjero construye centrales de energía alimentadas con carbón.

La empresa alemana RWE se presenta como una empresa “verde” debido a que utiliza energía eólica e hidráulica, pese a que estas fuentes representan menos del 3% de la energía que genera.

¿Qué es una compensación?

Una compensación de carbono consiste en una reducción de las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) o CO₂ equivalente que compensa la misma cantidad de emisiones liberadas en otro lugar (esto se conoce como crédito por reducción de emisiones).

Los gobiernos o empresas que deben reducir sus emisiones en el marco de un sistema de límites máximos y comercio de derechos de emisión (*cap-and-trade*), a menudo financiarán proyectos de compensación en zonas donde no existe un máximo con el fin de conseguir créditos de reducción de emisiones que les permitan mantener o incrementar su nivel de emisiones.

Los procedimientos de diligencia debida (due diligence) pueden ayudar a que el uso de créditos de compensación no perjudique la reputación de las empresas, no cause daños al medioambiente ni favorezca la corrupción. Sin embargo, garantizar la integridad en el manejo de estos créditos no siempre es una tarea fácil. Si bien los estándares en el mercado voluntario de créditos de carbono se están consolidando y se vuelven progresivamente más sólidos, no siempre reflejan estándares elevados relacionados con desarrollo ambiental sostenible.

Esto genera un problema para la gran cantidad de actores del sector privado que compran bonos de carbono como parte de programas de responsabilidad social corporativa. Los proyectos de reducción de emisiones pueden desarrollarse, por ejemplo, en zonas donde los derechos sobre la tierra no están claramente definidos y esto podría poner en riesgo los medios de subsistencia o el bienestar de la población local. En la India, un proyecto de energía eólica provocó violentos enfrentamientos entre agricultores locales y la policía en 2010, luego de que los desarrolladores talaran cerca de 12.000 árboles para construir turbinas eólicas.

Si los proyectos no se evalúan adecuadamente, podrían generar reducciones de emisiones inferiores a los créditos que reciben y, de este modo, socavar la integridad del sistema. En casos excepcionales y extremos, los bonos de carbono pueden ser totalmente ficticios. Una empresa húngara presentó bonos de carbono al Vaticano, con la promesa de plantar árboles y convertir al Vaticano en el primer territorio neutro en emisiones de carbono. Posteriormente, según informaciones de prensa, la empresa puso a la venta créditos, pese a que nunca había plantado los árboles.

4. Recomendaciones

La capacidad de ciudadanos, consumidores e inversionistas de comprender el modo en que las empresas responden al cambio climático y de exigir que rindan cuentas determinará el éxito de las medidas de mitigación. TI insta a todos los actores interesados a adoptar las siguientes medidas:

Empresas

Las empresas deben describir su participación en las políticas de cambio climático de manera transparente, y para ello deben:

- 🌐 Explicar cómo se adoptan las decisiones sobre políticas climáticas internas e indicar cómo se identifican los temas, de qué manera se realizan las evaluaciones y cómo se lleva a cabo el diálogo con los actores interesados.
- 🌐 Alinear la estrategia de una compañía tanto hacia dentro como hacia afuera: la postura pública de una empresa frente al cambio climático debe ser coherente con su estrategia de lobby.
- 🌐 Asegurar la verificación independiente de los informes sobre cambio climático.

Las empresas que promocionan los beneficios para el clima de sus bienes y servicios deben hacerlo de manera honesta, y para ello deben:

- 🌐 Reconocer los riesgos para su reputación que genera el blanqueo ecológico y mejorar su desempeño al autocontrolarse.
- 🌐 Trabajar en colaboración con organismos gubernamentales para mejorar los estándares y el etiquetado de productos que no dañan el medio ambiente ni contribuyen al cambio climático

Las empresas que utilizan créditos por compensación de emisiones de carbono deben aplicar procedimientos de diligencia debida, y para ello deberán:

- 🌐 Conocer el origen de los créditos y comprarlos únicamente si reúnen los requisitos de las organizaciones de normalización más importantes.
- 🌐 Verificar los bonos de carbono a través de terceros y asegurar que consten en registros con número de serie, que contribuyan al desarrollo sostenible y a la integridad ambiental y que reporten beneficios climáticos genuinos.

Gobiernos

Los gobiernos deben aportar mayor integridad a las actividades de lobby, y para ello deberán:

- 🌐 Crear registros de lobby obligatorios que permitan al público saber quiénes están desplegando estrategias de lobby destinadas a legisladores, y sobre qué temas.
- 🌐 Organizar procesos consultivos de toma de decisiones y audiencias públicas sobre legislación para equilibrar la intervención de las empresas con los aportes de la sociedad civil.

Los gobiernos locales, regionales y nacionales pueden incentivar al sector privado a avanzar en materia de cambio climático, y para ello deberían:

- 🌐 Emitir señales políticas claras que indiquen un compromiso a largo plazo con el cambio climático y orientar sus políticas de manera previsible y confiable.
- 🌐 Dar el ejemplo. Aun cuando no existan iniciativas nacionales, los gobiernos regionales y locales pueden asumir compromisos sobre reducción de emisiones de carbono.
- 🌐 Ofrecer incentivos adecuados para ayudar a las empresas a realizar una transición que permita su transformación.

Ciudadanos

Los ciudadanos y los consumidores deberían identificar aquellos aspectos de la divulgación de información por parte de las empresas que requieren mejoras, y para ello deberían:

- 🌐 Utilizar redes sociales, como índices en línea y blogs, para señalar a las empresas que exageran las certificaciones de sus productos en relación con el cambio climático

Esta Posición sobre políticas fue elaborada por Krina Despota del Departamento de Investigación y Conocimiento de la Secretaría de TI.

Las conclusiones y recomendaciones se basan en el *Informe Global de la Corrupción: Cambio climático*, publicado por TI. A menos que se indique lo contrario, todos los datos y cifras están tomados del Informe.

El IGC sobre cambio climático reúne a más de 50 destacados especialistas y profesionales para analizar los principales riesgos de corrupción relacionados con cuestiones climáticas. Para obtener más información, visite:
www.transparency.org/publications/gcr.

TRANSPARENCY INTERNATIONAL

Teléfono

+49-30-343820 -0

Fax

+49-30-347039 -12

Secretaría Internacional

Alt-Moabit 96

10559 Berlín

Alemania

Asegurar la transparencia en las empresas para mitigar el cambio climático

- Continuar exigiendo que las empresas divulguen plenamente su intervención en la discusión sobre políticas sobre cambio climático y sus compromisos sobre cambio climático como elementos básicos de la presentación de informes corporativos.
- Intensificar la colaboración entre los grupos de la sociedad civil para conseguir que las empresas que no explican de manera real su postura en materia de cambio climático o las “virtudes ecológicas” de sus productos o servicios, vean afectada su reputación y sufran un impacto más profundo.

© 2011 Transparency International. Todos los derechos reservados.

Transparency International (TI) es la organización de la sociedad civil que lidera la lucha contra la corrupción en el mundo. A través de más de 90 capítulos en todo el mundo y una secretaría internacional en Berlín, Alemania, TI crea conciencia acerca de los efectos nocivos de la corrupción, y trabaja junto a distintos socios en el gobierno, las empresas y la sociedad civil para desarrollar e implementar medidas efectivas para combatirla. Para obtener más información, ingrese en: www.transparency.org