

MEDIDAS REALES CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO



Introducción

En el entorno empresarial actual, las empresas tienen una mayor responsabilidad a la hora de emprender acciones climáticas de eficacia probada. Las organizaciones deben tomar medidas sostenibles dentro de su cadena de valor interna y, al mismo tiempo, responsabilizarse de su alcance 3, que abarca las emisiones de los viajes de negocios. La Directiva de la UE sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa exigirá a las empresas dentro y fuera de la UE que sean más transparentes sobre su impacto climático y sus acciones para reducirlo y compensarlo. A pesar de la ralentización de los viajes de negocios posterior al COVID. y de la exitosa reducción de emisiones en los viajes, gracias a la adopción de modos de transporte más sostenibles, cabe señalar que entre el 15 % y el 20 % de las emisiones de la industria de la aviación aún proceden de los viajes corporativos¹. El sector de la aviación representa el 2 % de las emisiones mundiales de CO2 relacionadas con la energía, lo que resalta el impacto persistente de los viajes de negocios en la huella de carbono global² y la consiguiente necesidad de una acción climática creíble.

Reconociendo que los viajes de negocios son inevitables, muchas empresas recurren a la compensación del carbono mediante el uso de créditos de carbono para hacer frente a estas huellas relacionadas con los desplazamientos. Sin embargo, este planteamiento ha sido objeto de críticas en los medios de comunicación, que sostienen que permite a las empresas eludir la ardua tarea de reducir las emisiones simplemente comprando créditos de carbono y alegando neutralidad de carbono. Así pues, aunque algunas empresas han invertido mucho dinero en créditos de carbono para lograr la neutralidad de las emisiones de carbono, aprendieron a las malas que esos créditos no tenían el impacto previsto, como se afirmaba.

Aunque los créditos de carbono pueden desempeñar un papel fundamental para alcanzar nuestro objetivo mundial de 1,5 grados y contribuir a la restauración y conservación de los ecosistemas, las empresas deben utilizarlos de forma responsable. Es fundamental que las organizaciones integren los créditos de carbono en su estrategia general de sostenibilidad y evalúen la calidad de los proyectos subyacentes, garantizando la transparencia de sus afirmaciones. Muchas empresas han pasado recientemente de afirmar la neutralidad del carbono a destacar su contribución positiva, con el objetivo de evitar cualquier comunicación engañosa relacionada con el uso de los créditos de carbono.

Este artículo subraya la necesidad de que las empresas adopten una perspectiva más matizada y global a la hora de emprender iniciativas de compensación. Alcanzar el equilibrio adecuado entre los esfuerzos genuinos de reducción de emisiones y el uso responsable de créditos de carbono es clave para navegar por las complejidades de una acción climática creíble.



Retos de las afirmaciones medioambientales

El crecimiento rápido y no regulado del mercado voluntario del carbono ha planteado retos, como las alegaciones climáticas vagas y sin fundamento que, en consecuencia, dan lugar a acusaciones de lavado de imagen verde. Numerosas empresas se enfrentan a la intrincada tarea de mantener la integridad de su estrategia climática, sobre todo en relación con las declaraciones de compensación, incluidas las relativas a los viajes de negocios.

La crítica se debe a la falta de una definición ampliamente aceptada de neutralidad climática, lo que da lugar a poca transparencia y enfoques confusos de compensación de emisiones. Esta laguna permite a las empresas autoproclamar la neutralidad climática sin atenerse a requisitos o normas comunes, lo que contribuye a la ambigüedad en torno a las reclamaciones climáticas.

Además, cada vez es más evidente que basarse únicamente en normativas privadas como Verra, Gold Standard y Climate Action Reserve es inadecuado para garantizar la calidad de los créditos de carbono utilizados para compensar emisiones. A menudo se sobreestima el potencial de mitigación climática de los proyectos o se pasan por alto los posibles efectos sobre la biodiversidad y las comunidades locales, por lo que las empresas se exponen a acusaciones de lavado de imagen verde cuando basan sus afirmaciones en créditos de baja calidad.

En respuesta a las críticas sobre las afirmaciones de neutralidad climática, la Comisión Europea elaboró la directiva sobre afirmaciones ambientales, que impone requisitos específicos a las empresas que hacen aseveraciones sobre neutralidad climática o de carbono. Esto incluye:

1. Indicar claramente la proporción de emisiones de GEI reducidas a través de sus propias operaciones y la parte compensada a través de compensaciones
2. Especificar si los proyectos de compensación se refieren a créditos de reducción o de eliminación de emisiones
3. Proporcionar detalles sobre la integridad y la contabilidad de las compensaciones utilizadas



De las afirmaciones a la credibilidad

A medida que los grupos de interés de las empresas se interesan cada vez más por la estrategia climática, éstas se sienten muy motivadas tanto para "hacer el bien" como para comunicar eficazmente sus esfuerzos. Para lograrlo, es necesario un firme compromiso con la integridad. Hacer el bien en relación con los viajes de negocios implica un compromiso con la jerarquía de mitigación, según la cual las empresas dan prioridad a reducir las emisiones antes de recurrir a la compensación por emisiones inevitables. Esto incluye establecer objetivos de reducción de emisiones con base científica que abarquen emisiones de viajes de negocios, con un seguimiento continuo de los avances hacia ellos. Las investigaciones indican que el uso estratégico de créditos de carbono puede acelerar la consecución de objetivos de reducción. Poner un precio a las emisiones³ casi duplica el ritmo de reducción.

Estudio de caso: Generation Forest

Sobre el proyecto

Generation Forest

Las selvas tropicales deben plantarse para que duren para siempre, deben estar compuestas en su mayor parte por especies arbóreas autóctonas y deben tener una amplia biodiversidad y beneficios para la comunidad.

Esto es precisamente lo que hace The Generation Forest. Con sede en Panamá desde 1995, el proyecto se ocupa de tierras ganaderas abandonadas y sobrepastoreadas y las convierte en ecosistemas forestales permanentes de múltiples especies y pisos que absorben carbono a gran escala. También, es uno de los pocos proyectos aprobados formalmente por el registro de emisiones de la Comisión Europea por un período de 100 años.

Las personas están en el centro de lo que hace The Generation Forest. Por ello, los empleados locales reciben salarios justos, múltiples oportunidades de formación y seguridad social. Mientras tanto, el proyecto estableció relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas con la población indígena, que ahora se encarga del vivero central del proyecto.

goodcarbon tiene una alianza exclusiva con el proyecto y participa en él desde sus inicios.

Panamá Eliminación Aforestación / Reforestación

goodcarbon

Fuente: equipo de goodcarbon

Proyecto exclusivo de goodcarbon

1 NO POVERTY



2 ZERO HUNGER



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



13 CLIMATE ACTION



15 LIFE ON LAND



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



Social
>4.000 personas beneficiadas

Clima
Eliminación de más de un millón de toneladas de CO2

Naturaleza
>1.000 hectáreas de bosque serán restauradas

Al compensar emisiones inevitables, las empresas deben garantizar la calidad de los créditos de carbono utilizados mediante un enfoque riguroso y exhaustivo para evaluar los posibles proyectos de carbono. Es aconsejable evitar los programas de compensación de aerolíneas, ya que los clientes tienen un control limitado sobre la selección y la calidad de los proyectos. Optar por un socio dedicado a la compensación permite aplicar una estrategia de compensación integral que abarque todas las emisiones de los viajes corporativos. Este enfoque facilita la selección deliberada de una cartera de alta calidad, garantizando transparencia, integridad e impacto verificable en la naturaleza, el clima y los aspectos sociales.

A la hora de comunicar sus esfuerzos para mitigar las emisiones de los viajes, las empresas pueden optar por declaraciones de contribución en lugar de afirmar plena neutralidad climática. Las declaraciones de contribución señalan un compromiso con la acción climática y expresan el apoyo a iniciativas de reducción o eliminación de CO₂e, sin inducir a error a los grupos de interés con afirmaciones de que la empresa no tiene ningún impacto sobre las emisiones. Sin embargo, la flexibilidad añadida también podría implicar el resurgimiento de afirmaciones vagas sobre el clima. Por eso, es importante ser concretas y transparentes sobre la contribución.

Estudio de caso: Great Green Wall

Sobre el proyecto

Great Green Wall of Gujarat

La Great Green Wall of Gujarat (Gran Muralla Verde de Gujarat) es un proyecto emblemático de restauración de manglares que creará un biocampo protector en una extensión sin precedentes de 1.000 km de costa del Estado de Gujarat. A diferencia de otros proyectos de esta dimensión, la Great Green Wall of Gujarat se centra en las necesidades de las más de 50 comunidades locales participantes, y se ejecuta junto con ellas.

Aparte de los beneficios para el clima y la biodiversidad, este proyecto aborda tres grandes problemas actuales de la costa de Gujarat: 1) Erosión del suelo y consiguiente inestabilidad costera 2) Intrusión de agua marina 3) Abundantes comunidades marginadas aisladas (en su mayoría tribales) con escasas oportunidades de poder mejorar sus medios de vida.

El proyecto lo desarrolla una ONG de Gujarat que cuenta con 45 años de experiencia en actividades de desarrollo rural con comunidades marginadas. Hasta la fecha, ha restaurado 2300 hectáreas de manglares junto con goodcarbon y la Comisión Ecológica de Gujarat, y se beneficia de estrechos vínculos con las principales organizaciones de conservación, desarrollo y filantropía.

India
 Remoción
 Manglares

Proyecto exclusivo de goodcarbon

13 CLIMATE ACTION

> 2-5 millones de toneladas de CO₂ serán removidas a lo largo de todo el proyecto

15 LIFE ON LAND

14 LIFE UNDER WATER

Naturaleza

15.000 hectáreas de bosque y biodiversidad por restaurar

Social

1,6 millones de jornadas laborales paracrear 1.000 km de biocampo protector y proteger 250 pueblos de la costa

goodcarbon

Fuente: equipo de goodcarbon

74

Por ejemplo: en lugar de hacer una afirmación que dé a entender a los consumidores el apoyo a la protección de una selva tropical, las empresas deberían indicar claramente la contribución a evitar, por ejemplo, 1.000 toneladas de CO₂e mediante la compra de créditos de carbono o contribución, para mitigar sus emisiones relacionadas con los viajes.

Para que la comunicación sea aún más eficaz, las empresas deben elegir proyectos de compensación, basados en soluciones naturales, que sean de gran integridad. Deberían ser proyectos que no sólo capten carbono, sino que también aporten ventajas adicionales, como fomentar la biodiversidad y proporcionar beneficios a las comunidades locales. La acción climática resulta más creíble cuando los proyectos reportan amplios beneficios para la biodiversidad y relaciones duraderas, y mutuamente beneficiosas, con las poblaciones autóctonas.

Estudio de caso: Varaha

Sobre el proyecto

Varaha

Este proyecto transformador pretende revolucionar a gran escala las prácticas agrícolas de subsistencia mediante la aplicación de una serie de prácticas de agricultura regenerativa. Operando en la región de la llanura indogangética, no sólo promete reducciones potenciales de emisiones y captación de carbono, sino que también pretende reforzar los ingresos de pequeños agricultores mediante técnicas de agricultura regenerativa. Un aspecto único de esta iniciativa es su compromiso con la distribución equitativa de la riqueza, ya que hasta el 75 % de los ingresos por créditos de carbono se destinan a los laboriosos agricultores. El amplio conjunto de prácticas aplicadas abarca labranza cero, cultivos de cobertura, diversificación de cultivos, incorporación de residuos agrícolas, aplicación optimizada de fertilizantes y gestión eficiente del agua.

Reconociendo la importancia mundial del impacto de la agricultura en el cambio climático, en particular su considerable participación del 22 % en el total de emisiones de gases de efecto invernadero, este proyecto se centra inicialmente en la transformación del sistema para el cultivo de arroz y trigo.

India



Remoción
Prevención



Agricultura regenerativa



Clima

>95 millones de toneladas de CO₂ por eliminar, en total



Naturaleza

>2 millones de hectáreas de suelo y biodiversidad por restaurar



Social

>60 % de reparto de ingresos con los agricultores, muchos de los cuales viven con menos de 2 dólares al día



Conclusión:

A medida que las empresas intentan comunicar sus esfuerzos por mitigar las emisiones de sus viajes, la relevancia de los créditos de carbono se mantiene. Sin embargo, es fundamental actuar con cautela y reflexionar, al tiempo que se comunica con transparencia para evitar engañar a los grupos de interés con afirmaciones de plena neutralidad climática. Al participar en acciones climáticas, las empresas deben evitar ver la compensación de emisiones como una simple ecuación y, en su lugar, adoptar una perspectiva más matizada y global: calcular las toneladas de CO2 emitidas y compensar esta cantidad específica para ser "neutrales con respecto al clima" no resuelve automáticamente los retos medioambientales más amplios. Por el contrario, las empresas deben centrarse primero en la reducción de emisiones y sólo utilizar los créditos de carbono para compensar las emisiones inevitables restantes.

Es crucial reconocer que abordar las complejidades del cambio climático requiere un enfoque más transformador: sólo así será posible utilizar eficazmente los viajes de negocios como vehículo para crear un cambio positivo.

Tanto si las organizaciones optan por una reclamación de compensación vinculada a sus emisiones relacionadas con los viajes como si eligen las reclamaciones de contribución, la experiencia de goodcarbon ofrece a las empresas las herramientas necesarias para acceder a proyectos de alta calidad relacionados con soluciones basadas en la naturaleza, así como a créditos de carbono verificados para compensar sus emisiones inevitables. Los proyectos proceden de ecosistemas forestales, terrestres y oceánicos, y tienen un triple impacto: en el clima, en la biodiversidad y para las comunidades locales. Todos los proyectos superaron el marco Nature Analytics, propiedad de goodcarbon, que analiza los proyectos de soluciones basadas en la naturaleza a partir de 165 puntos de datos, para maximizar el impacto, mitigar el riesgo y garantizar la integridad.

- 1 McKinsey & Company. "The Travel Industry Turned Upside Down Report". Septiembre, 2020.
- 2 International Energy Agency (IEA). "Energy System: Transport - Aviation". Julio, 2023.
<https://www.iea.org/energy-system/transport/aviation>
- 3 Trove Research Study. "Corporate Emission Performance and the Use of Carbon Credits". Junio, 2023.

